

**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
FACULTAD DE ARQUITECTURA**



**INFORME FINAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE ARQUITECTO**

TEMA:

**“REGENERACIÓN DE LA ZONA COMERCIAL DEL CANTÓN LA CONCORDIA
MEDIANTE UNA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA DE UN MERCADO
MULTIFUNCIONAL”**

ELABORADO POR:

ZAMORA SÁNCHEZ DIEGO JAVIER

TUTOR:

ARQ. ALEJANDRO MENDOZA CHÁVEZ Mg.

Manta – Ecuador

Abril 4 del 2019

2. Certificación del tutor

Quien suscribe **ARQ. ALEJANDRO MENDOZA CHÁVEZ Mg.** A través del presente y en mi calidad de director del Trabajo de Titulación Profesional de la carrera de Arquitectura, designado por el consejo de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí.

Certifico: Que el **SR. ZAMORA SÁNCHEZ DIEGO JAVIER**, portador de la cédula de identidad N 171973770-0, ha desarrollado bajo mi tutoría el Informe final del trabajo de titulación previo a obtener el título de Arquitecto, cuyo tema es: **“REGENERACIÓN DE LA ZONA COMERCIAL DEL CANTÓN LA CONCORDIA MEDIANTE UNA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA DE UN MERCADO MULTIFUNCIONAL”**

cumpliendo con la reglamentación correspondiente, así como también con la estructura y plazos estipulados para el efecto, reuniendo en su informe validez científica metodológica, por lo que autorizo su presentación.

.....

Arq. Alejandro Mendoza Chávez Mg.

3. Declaración de autoría

Yo, **ZAMORA SÁNCHEZ DIEGO JAVIER**, portador de la cédula de identidad **171973770-0**, egresado de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, **DECLARO:**

Ser el autor del trabajo que se presenta en este documento que fue estructurado de acuerdo a los requisitos académicos legales planteados por la carrera de Arquitectura, y se exponen las ideas del autor como análisis crítico de las teorías citadas en el mismo fundamentadas en citas bibliográficas confiables, exonerando a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí como tutor de alguna notificación de plagio, copia o falta de fuente original, así mismo expreso que conozco la disposición que este documento pase a formar parte de los recursos bibliográficos de la institución para aportar el desarrollo y crecimiento del conocimiento.

.....

Zamora Sánchez Diego Javier

4. Certificado de aprobación del trabajo final de titulación

El Tribunal Evaluador certifica:

Que el trabajo de fin de carrera, denominado **“REGENERACIÓN DE LA ZONA COMERCIAL DEL CANTÓN LA CONCORDIA MEDIANTE UNA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA DE UN MERCADO MULTIFUNCIONAL”**, realizado por el **SR. ZAMORA SÁNCHEZ DIEGO JAVIER**, egresado de la facultad de arquitectura de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, cumple con todos los requerimientos referente a la investigación y diseño señalados en el Reglamento Interno de Graduación, por lo cual ha sido revisado y consideramos aprobado.

Para dar testimonio y autenticidad, firmamos:

Atentamente,

.....

Arq. Héctor Cedeño

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....

Arq. Alexis Macias

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

5. Dedicatoria

Este logro va dedicado a Dios por darme salud y permitirme cumplir esta meta, a mi familia por ser un pilar muy importante en el proceso de esta etapa, mis padres el sr Remigio Zamora y la sra Ana Sánchez por creer y confiar en mí al seguir esta carrera universitaria y sobre todo apoyarme en todos los aspectos para que cumpla mis objetivos.

De manera especial a mi hermana la Dra. Ana Paola Zamora por brindarme, confianza y apoyo durante todo el proceso universitario.

A mis compañeros de curso, docentes y amigos que, con palabras, tiempo o de alguna otra manera me ayudaron, guiaron y se alegran por mí de poder haber culminado esta etapa, esto es para ustedes.

Zamora Sánchez Diego Javier

6. Agradecimiento

Al culminar esta etapa de mi vida quiero agradecer a Dios por darme salud y fuerzas para permitirme ser quien soy actualmente, por saber guiarme en todo este proceso.

A mis padres Remigio y Ana por brindarme todo lo que estuvo a su alcance, consejos en todo momento, enseñanzas y valores los cuales me han servido durante todo este lapso y su apoyo incondicional, a mi hermana Ana Paola por ser parte importante en mi etapa universitaria con su apoyo y sus consejos.

A la universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, institución que gracias a sus docentes que con sus enseñanzas impartidas pudieron enriquecerme de conocimientos para la vida profesional.

Al arquitecto Alejandro Mendoza Chávez por permitirme su tiempo y conocimiento y ser mi tutor durante este proceso de trabajo final de titulación, por guiarme y saber asesorarme correctamente sobre el tema y de la misma manera al arquitecto Gabriel Barba.

Agradecer a mis amigos y personas que de alguna u otra manera me supieron ayudar cuando se lo ameritaba.

Y una mención muy especial para la Sra. Rocío Ponce, por brindarnos su apoyo y un espacio de trabajo en los procesos de diseño. A todos...

GRACIAS TOTALES

Zamora Sánchez Diego Javier

7. Índice

2. Certificación del tutor	2
3. Declaración de autoría	3
4. Certificado de aprobación del trabajo final de titulación.....	4
5. Dedicatoria.....	5
6. Agradecimiento.....	6
7. Índice.....	7
8. Resumen.....	11
9. Introducción	12
10. Planteamiento del problema.....	13
10.1 Marco contextual del problema.....	13
10.1.1 Situación actual de la problemática.....	13
10.2 Formulación del problema	14
10.2.1 Definición del problema	14
10.2.2 Problema central y subproblemas.....	16
10.2.3. Formulación de pregunta de investigación.....	16
10.3 JUSTIFICACIÓN.....	16
10.4 Definición del objeto de estudio.....	18
10.4.1 Delimitación sustantiva del tema	18
10.4.2 Delimitación espacial.....	18
10.4.3 Delimitación temporal.	19
10.5 Campos de acción de la investigación.....	19
10.6 Objetivos de la investigación	19
10.6.1 Objetivo general	19
10.6.2 Objetivos específicos.....	19
10.7 Identificación de variables	19
10.7.1 Variable independiente (causa)	19
10.7.2.- Variable dependiente (efecto)	19
10.8 Operacionalización de variable	20
10.8.1 Variable Independiente	20
10.8.2 Variable dependiente.....	21
10.9- Formulación de idea a defender.....	22
10.10.- Tareas científicas desarrolladas	22
10.11 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	22
10.11.1.- Fases del estudio.....	22

10.11.2 Población y muestra.....	24
10.11.3-. Resultados esperados.....	25
10.11.4.- Novedad de la investigación	25
Capítulo 1.....	26
11. Marco referencial de la investigación	26
11.1 Marco Antropológico- Histórico	26
11.1.2 Los Mercados en la historia de las civilizaciones.....	29
11.2 Marco Teórico	33
11.2.1 Los No Lugares (Espacios del anonimato).....	33
11.2.2 El mercado como espacio público	37
11.2.3 El espacio del mercado	39
11.3 Marco Conceptual.....	41
11.3.1 Equipamiento Urbano:.....	41
11.3.2 Equipamiento educativo	42
11.3.3 Equipamiento de salud.....	42
11.3.4 Equipamiento recreacional	43
11.3.5 Equipamiento administrativo.....	43
11.3.6 Equipamiento de asistencia social	43
11.3.7 Equipamiento cultural.....	44
11.3.8 Equipamiento comercial	44
11.3.9 Edificaciones comerciales	45
11.3.10 El comercio.....	45
11.3.11 Mercado	46
11.3.12 Características de mercado	46
11.3.13 Clasificación de los mercados	47
11.3.13 Mercado por afluencia de Población	49
11.3.14 Mercado Multifuncional	50
11.4 Marco Jurídico.....	51
11.4.1 Constitución de la República del Ecuador	51
11.4.2 El plan del buen vivir	51
11.4.3 Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN 2687:2013.	52
11.4.4. Requisitos en la Ubicación	52
11.4.5 Requisitos relativos a la infraestructura y a su diseño.....	52
11.4.5 Área y estructuras internas	53
11.4.6 Iluminación y ventilación	54

11.4.7	Instalaciones sanitarias	54
11.4.8	Requisitos relativos a los servicios	55
11.4.9	Desechos líquidos y drenaje	55
11.4.10	Desechos sólidos.....	55
11.4.11	Normas y coeficientes de uso	56
11.4.12	Circulaciones Mínimas para Mercados:	57
11.4.13	Servicio médico de emergencia:.....	57
11.4.14	Compatibilidad de mercados con uso de suelo:.....	57
11.4.15	Accesibilidad y requisitos para la circulación vertical	57
11.4.16.	Ley orgánica de discapacidades Ecuador	60
11.4.17	Acceso a los servicios higiénicos	61
11.5	Modelo de repertorio.	62
11.5.1	Repertorio Nacional.....	62
11.5.3	Repertorio regional	70
12.-	Diagnostico de la investigación	73
12.1	Información básica	73
12.2	Tabulación de la información	98
12.3	Interpretación de resultados	110
12.4	Pronóstico	111
13.	Capítulo 3 – La propuesta	112
13.1	Análisis de sistema arquitectónico Urbano	114
13.1.1	Aspectos funcionales	116
13.1.2	Aspectos Formales.....	123
13.1.3	Aspectos Técnicos	125
13.1.4	Aspectos Ambientales	126
13.2.	Sub Sistema y Componentes	127
13.3.	Planes, programas, proyectos, estrategias, acciones	128
13.4	Lógica de implantación de la propuesta	129
13.5	Determinación del programa de necesidades	135
13.5.	Capacidad de la Propuesta	146
13.7.	Requerimientos Tecnológicos	150
13.8.	Requerimientos de Equipamiento	150
13.9.	Pre factibilidad de la propuesta	152
13.9.1.	Técnica	152
13.9.2.	Social.....	152

13.9.3. Financiero.....	153
13.9.4. Ambiental.....	153
14. Conclusiones	154
15. Recomendaciones	155
16. Referencias bibliográficas	156
17. Anexos Fotográficos.....	157

8. Resumen

La presente investigación busca realizar una regeneración en la zona comercial del cantón La Concordia mediante una propuesta arquitectónica de un mercado multifuncional, el mismo que después de un sólido análisis en cuanto a varios parámetros para la selección del terreno se concluyó que lo correcto sería ubicarlo donde se encuentra el actual mercado, pero la propuesta llevará aspectos funcionales que permitan solucionar los problemas que se generan en las actuales instalaciones y que impiden el desarrollo de la ciudad desde el punto de vista comercial, económico, social y urbano, sin dejar de un lado la parte formal que sirve de complemento y que debe brindar un deleite visual para los habitantes y personas ajenas a la ciudad.

Para la propuesta se analizaron los factores que generan el deterioro espacial para el desarrollo de actividades comerciales en el actual mercado del cantón La Concordia y sus alrededores que corresponden de acuerdo al uso de suelo a la zona comercial de la ciudad teniendo como resultado: una infraestructura insuficiente para todos los comerciantes obligando a los no favorecidos a tomarse los alrededores para crear el comercio informal lo cual lleva a la insalubridad por la inadecuada gestión para la eliminación de desechos.

En conclusión, el objetivo principal se basa en brindar un diseño responsable tanto funcional como formal que facilite el intercambio comercial en el casco urbano y de las comunidades del área rural.

Palabras claves:

- Mercado multifuncional
- Deterioro espacial
- Diseño responsable
- Infraestructura insuficiente
- Casco urbano

9. Introducción

La creación de las ciudades siempre parte de las centralidades que se pueden dar en los territorios, en este caso La Concordia tuvo como su centralidad de fundación a una plaza comercial que posteriormente pasaría a llamarse mercado y que ha sufrido cambios sin ningún tipo de análisis arquitectónico o urbano lo cual ha perjudicado al desarrollo comercial, social y paisajístico de la urbe ocasionando problemas ambientales, de congestión vehicular, informalidad comercial y sobre todo desorganización espacial para el desarrollo de actividades comerciales.

La presente investigación tiene lugar en el casco urbano de la ciudad específicamente en la zona comercial del cantón donde se implanta el actual mercado cuyos problemas son sujeto de estudio para la propuesta que se pretende implantar en el mismo sitio.

El tema de estudio es elegido tras realizar una investigación de campo y observar los problemas generados en la zona ya mencionada, por lo tanto, la propuesta no solo busca generar un elemento visualmente agradable sino también correctamente funcional de tal forma que permita la inclusión de todos los tipos de comercios que se dan en las actuales instalaciones del mercado, esto mediante espacios adecuados con el equipamiento necesario para que los comerciantes puedan brindar el servicio de adquisición de productos a los compradores de una manera segura y sin molestias además se pretende generar una organización adecuada que genere itinerarios para los mismos.

La propuesta del mercado no solo abarca un sistema arquitectónico, también integra a la zona comercial que rodea a la propuesta regenerando el paisaje inmediato mediante la proyección de espacios públicos como plazas, calles y aceras con el mobiliario urbano pertinente que ayude al desarrollo de una imagen urbana saludable para la ciudad.

10. Planteamiento del problema

10.1 Marco contextual del problema.

10.1.1 Situación actual de la problemática.

El cantón La Concordia es una ciudad perteneciente a la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, ubicada al noroeste del país, tiene aproximadamente 29.003 habitantes en la cabecera urbana y 42.924 habitantes en todo el cantón.



*Imagen N1°: Imagen satelital de la cabecera cantonal del cantón La Concordia
Fuente: Google maps 2018*

La Concordia es un cantón relativamente joven que surge como consecuencia de intereses políticos de la actual Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Al igual que todo pueblo tiene sus raíces, tradiciones y lugares específicos en donde se han realizado varias actividades cotidianas a lo largo de los años, una de ellas es la actividad comercial la cual se ha mantenido centralizada en un solo sector durante mucho tiempo, mismo que está ubicado en la parte céntrica de la urbe, al cual se lo llamó mercado central, esto ante la necesidad de tener un lugar específico donde realizar la compra y venta de productos básicos para el hogar y de alimentos. En la actualidad la circulación en dicho sector se vuelve conflictiva no solo para los peatones, también para los vehículos particulares, el transporte público y las líneas de buses intercantonales que circulan por la calle Loja la cual es una vía de bastante tránsito para la ciudad, debido a que es la única conexión de llegada al terminal de los buses que se dirigen a Esmeraldas o Quito por la vía de la Independencia.

El conflicto se hace más evidente los días sábados y domingos por motivo de que no solo llegan compradores y vendedores del casco urbano sino también de las zonas rurales y de otros cantones, y al no tener un local establecido para sus ventas se van creando desbordamientos comerciales, mercados espontáneos y móviles, las consecuencias de esto lleva a que se ocupen las calles, aceras y una cancha existente en el lugar, ya que las actividades comerciales de área son: gastronómicas, venta de ropa, zapatos, costurería, frutas, verduras, mariscos, carnes y productos de primera necesidad para el hogar.

Las autoridades municipales al darse cuenta del problema intentaron descentralizar las actividades comerciales creando otro mercado improvisado, con menos área y alejado del centro, este se ubicó en la vía hacia Esmeraldas en la parte posterior del terminal y las actividades comerciales que se realizaron son las ya mencionadas del primer mercado (*ver anexos*). Si bien se redujo un poco el conflicto al principio, las quejas llegarían después, estas por parte de los comerciantes principalmente, los mismos que fundamentaban su descontento en la poca venta y por consiguiente la poca actividad de compradores ya que este nuevo mercado improvisado tenía las características de cubrir un radio de 1 km es decir solo del sector donde se lo implanto, lo que provocó el regreso de los comerciantes al mercado central, vale la pena mencionar que el mercado central a pesar de que posee varias estructuras para los locales de los comerciantes, estas no están en las mejores condiciones y no abastece a todos, esto nos lleva a definirlo como un espacio que carece de una estructura adecuada y si un estudio previo de vías y accesos, por lo consiguiente es el resultado de una necesidad ante el crecimiento progresivo y desordenado de la población.

10.2 Formulación del problema

10.2.1 Definición del problema

El cantón la concordia posee un mercado central que no cuenta con la infraestructura adecuada y suficiente para brindar las mejores condiciones a los compradores y vendedores.

Las estructuras que existen en dicho mercado están dadas para la venta de mariscos, carnes, verduras, comida y otros tipos de actividades comerciales ajenas a la alimentación pero no están en las mejores condiciones y mucho menos existe una zonificación de los comercios, por otro lado, varios comerciantes propios del cantón y extranjeros se adueñan de las calles, aceras y una cancha implantada en el sector obstaculizando así el tránsito peatonal y vehicular, debido a que no se ha contado con un estudio previo para la creación de un mercado que cuente con locales suficientes para los comerciantes.

De tal manera las ventas situadas en las calles y aceras que han surgido espontáneamente por un grupo de comerciantes pequeños que realizan ventas de carnes, verdura, fruta y algún tipo de granos motivados por la necesidad económica y por la afluencia de compradores en el sector, estos comerciantes tienen la característica de crecer en corto tiempo y tender a convertirse en un mercado informal. mismo que carece de servicios básicos necesarios para satisfacer las necesidades de los visitantes y la de los propios vendedores, que no cuentan con un lugar digno para realizar sus actividades.

La falta de planificación, y el crecimiento acelerado de la población ha creado problemas en la zona comercial inmediata al actual mercado, los cuales son específicamente de sanidad, inseguridad, congestionamiento vehicular y afectación a la imagen urbana de la ciudad, esto debido a que el desarrollo del mercado en La Concordia se da como consecuencia de las necesidades económicas, de consumo además de un crecimiento acelerado y desorganizado de la población, y la inadecuada gestión territorial por parte de las autoridades pertinentes, esto motivó al desarrollo del mismo sin contar con una infraestructura necesaria, servicios básicos, estacionamientos y plazas que permitan una circulación fácil, rápida y cómoda para los peatones y el transporte, generando así problemas de contaminación auditiva, ambiental, congestión vehicular y deterioro de la imagen urbana de la ciudad en el sector comercial.

10.2.2 Problema central y subproblemas

El problema central está dado por el deterioro espacial para el desarrollo de actividades comerciales en el actual mercado del cantón La Concordia y sus alrededores.

Y los subproblemas son:

- Comercio informal en el espacio público
- Contaminación visual y ambiental, por la inadecuada recolección de desechos.
- Contaminación auditiva producto de la congestión vehicular y por falta de un estudio de accesos y vías.
- Mezcla de tipos de comercio y los ambientes de los productos por falta de zonificación de mercado.
- Falta de espacios de circulación peatonal.
- Infraestructura insuficiente y condiciones precarias de las ya existentes.

10.2.3. Formulación de pregunta de investigación

¿De qué manera el aspecto económico y comercial del cantón La Concordia se vería influenciado mediante la implementación de un mercado multifuncional dentro de la zona comercial de la ciudad?

10.3 JUSTIFICACIÓN.

Económica - Social

La presente investigación busca el desarrollo de una propuesta con infraestructura suficiente y de calidad, además de generar espacios peatonales garantizando así las mejores condiciones para el desarrollo de las actividades comerciales en el cantón La Concordia, tanto para los vendedores como para los compradores de tal manera que se le dé un realce al sistema de compra y venta. Esto sin duda traería beneficios al ámbito social y económico ya que, al tener un lugar óptimo para realizar las ventas, los clientes tanto locales como extranjeros serán atraídos al sitio comercial generando así más ingresos económicos para el cantón.

En cuanto a lo social se busca proyectar una plaza que se vincule con el equipamiento comercial y que sirva como espacio de integración social, donde se podrán llevar a cabo eventos sociales como, las ferias gastronómicas que se desarrollan muy a menudo en la parroquia.

Urbano – Arquitectónica

Una propuesta de un equipamiento comercial para solucionar todos los problemas que generan la ausencia de un mercado bien planificado y que integre varios aspectos y campos comerciales bien zonificados con las áreas propias de estos equipamientos sin contrastar con el estilo de vida de la población. La propuesta se vuelve importante para el desarrollo de la ciudad y el bienestar de sus pobladores, por eso desde el punto de vista urbano- arquitectónico se busca solucionar los problemas que acontecen a la actual zona comercial de La concordia donde se implanta el actual mercado esto brindando un diseño funcional y formal rigiéndose a las normativas que tienen que ver con este tipo de equipamiento.

Institucional – Académico

La facultad de arquitectura se relaciona y trabaja directamente con la comunidad, aportando con ideas inmediatas a la resolución de problemas de un territorio, la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí durante los 5 años de carrera, brinda las herramientas necesarias para que el profesional pueda desenvolverse en el ámbito laboral investigativo.

Este conocimiento permite al estudiante comprender su rol como elemento dinámico dentro de la sociedad, su formación será valiosa en la generación de soluciones que en lo posible aporten al desarrollo y bienestar de las comunidades, de la parroquia y por tanto a la ciudad.

En el desarrollo de la investigación se contará con la información complementaria obtenida de las instituciones públicas, como el GAD del cantón La Concordia, juntas parroquiales, barriales y de las entidades relacionadas con el comercio en el cantón cuyos datos servirán de validación en el proceso investigativo aparte de ser los actores involucrados en el desarrollo del proyecto.

10.4 Definición del objeto de estudio

10.4.1 Delimitación sustantiva del tema

La presente investigación tiene como delimitación sustantiva el análisis arquitectónico para la creación de un mercado multifuncional en el cantón La Concordia, que sirva como una herramienta de regeneración de la zona comercial de la ciudad, sector donde se ubica el actual mercado, esto tomando en cuenta aspectos básicos de diseño que generan una estructura que se adapte al entorno sin dejar el lado estético y formal además que posea espacios públicos destinados para la circulación peatonal que sean flexibles y de calidad.

Para esto se hará un recorrido en el sector donde se implanta el actual mercado registrando la evidencia que demuestre las precarias condiciones de las estructuras existentes y la desorganización espacial para el desarrollo de las actividades comerciales por consiguiente se realizará un análisis del terreno actual, lo cual que permitirá determinar el mejor emplazamiento para el nuevo proyecto tomando en cuenta características como son las vías, los accesos, la seguridad, asoleamiento, viento entre otros aspectos básicos y fundamentales para el diseño arquitectónico.

10.4.2 Delimitación espacial

La presente investigación se desarrollará en la cabecera cantonal del cantón La Concordia, a continuación, tenemos el terreno del actual mercado, mismo que representa el área de estudio para el presente trabajo.



Imagen N2°: Área de estudio
Fuente: GAD La Concordia



Imagen N3°: Terreno de mercado actual
Fuente: Google maps

10.4.3 Delimitación temporal.

Se inicia en el año 2016 con la mención de una consultoría que lleve a la construcción de un mercado, pero por motivos económicos quedó en el olvido. En marzo del 2018 se toma de nuevo la investigación mediante un convenio entre el GAD de La Concordia y la “ULEAM” para realizar un proyecto de tesis, con fin académico y posibles aplicaciones a futuro.

10.5 Campos de acción de la investigación

La investigación se realiza bajo los lineamientos de *PROYECTO ARQUITECTONICO DE HABITAD Y TEORIA DE LA ARQUITECTURA* de la Facultad de Arquitectura de la “ULEAM”.

10.6 Objetivos de la investigación

10.6.1 Objetivo general

Regenerar la zona comercial del cantón La Concordia mediante una propuesta arquitectónica de un Mercado multifuncional que facilite el intercambio comercial en el casco urbano y de las comunidades del área rural.

10.6.2 Objetivos específicos

- 1.- Conocer y analizar teorías y conceptos de diseño relacionados con la concepción de mercados e infraestructura comercial.
- 2.- Diagnosticar la actualidad de las condiciones del mercado en el Cantón, para comprobar la necesidad de una infraestructura adecuada.
- 3.- Proponer un diseño arquitectónico que integre los diferentes tipos de comercio que se realizan en el sector del actual mercado de la ciudad.

10.7 Identificación de variables

10.7.1 Variable independiente (causa)

Inadecuada gestión del territorio por parte de las autoridades

10.7.2.- Variable dependiente (efecto)

Deterioro espacial en la zona comercial del cantón La Concordia

10.8 Operacionalización de variable

10.8.1 Variable Independiente

10.8.1 VARIABLE INDEPENDIENTE					
VAR.	CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	INSTRUMENTO	ÍTEMS
INADECUADA GESTION TERRITORIAL	La inadecuada gestión territorial hace referencia a la deficiente toma de decisiones para orientar el control de crecimiento y desarrollo urbano de una determinada ciudad, además de considerar la ubicación accesos y otros elementos urbanos para la implantación de los cualquier equipamiento.	Ordenamiento Territorial	-Planificación territorial. -Uso de suelo -Desarrollo urbano arquitectónico	-Guía de observación - Entrevista -Cuestionario -Cartografías	¿ Usted considera que las autoridades del cantón no han sabido gestionar una propuesta de un nuevo mercado?
		Ubicación	-Entorno -Radio de acción -Topografía	-Guía de observación - Entrevista	¿Considera usted factible la realización de un nuevo mercado en el terreno donde se ubica el actual mercado central?
		Imagen Urbana	-Contaminación -Estado de Conservación del equipamiento -Densidad Comercial	-Guía de observación - Entrevista - Cámara fotográfica	¿Considera que el estado actual del mercado central de La Concordia y sus alrededores contribuyen a la degradación del entorno, afectando así al paisaje urbano del cantón?
		Red de Infraestructura	-Servicios básicos -Regeneración vial -Recolección de desechos	-Guía de observación - Entrevista -Cuestionario -Cartografías - Cámara fotográfica	¿Cree usted que las estructuras actuales del mercado central están en buen estado físico tanto para la venta como la compra de productos?

10.8.2 Variable dependiente

10.8.2. VARIABLE DEPENDIENTE					
VAR.	CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	INSTRUMENTO	ÍTEMES
DETERIORO ESPACIAL	El deterioro espacial hace referencia al detrimento de un espacio sea público o privado debido a su inadecuado uso o por aspectos que tienen que ver con un inadecuado análisis urbano y también arquitectónico.	Movilidad	-Red vial -Congestión vehicular y peatonal	-Guía de observación - Entrevista -Cuestionario -Cartografías	¿Considera usted que se crea tráfico tanto vehicular como peatonal por el funcionamiento del actual mercado?
		Tipología de mercado	-Mercado municipal -Mercado cantonal -Mercado multifuncional	-Guía de observación - Entrevista	¿Estaría usted de acuerdo con que se plantee un rediseño del mercado actual y así se mejore los espacios tanto para la venta como la adquisición de productos?
		Tipos de comercio	-Formal -Informal -Desbordamientos -Móvil	-Guía de observación - Entrevista - Cámara fotográfica	¿Existe comercio informal en los alrededores del mercado actual de La Concordia?
		Clasificación de locales	- Húmedos -Semihúmedos -Secos	-Guía de observación - Entrevista - Cámara fotográfica	¿Cree usted correcta la distribución y funcionamiento de los espacios en el actual mercado central de La Concordia?
		Clasificación de productos	-Naturaleza -Durabilidad -Presentación para el expendio	-Guía de observación - Entrevista - Cámara fotográfica	¿Qué nivel de desorganización espacial piensa usted que existe en el actual mercado central del cantón La concordia?

Tabla N5°: Tipos de Mercado

Fuente: tesista/2018

10.9- Formulación de idea a defender

La desorganización espacial de la zona comercial del cantón La Concordia se debe a una inadecuada gestión del territorio por parte de las autoridades.

10.10.- Tareas científicas desarrolladas

- **Tc1:** Se elaborará un marco referencial basado en teorías y conceptos relacionados con la propuesta.
- **Tc2:** Se procedió a la sistematización teórica, pertinente y actualizada de los fundamentos y normativas del tema analizado.
- **Tc3:** Se determinó el diagnóstico y pronóstico respectivo de la realidad analizada para la toma posterior de decisiones.
- **Tc4:** Se elaborará una propuesta para el mejoramiento de las actividades comerciales en el cantón La Concordia mediante el diseño de un mercado multifuncional que abarque varios tipos de comercio.

10.11 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La siguiente investigación se realizó en 3 fases que se detallan a continuación:

10.11.1.- Fases del estudio.

Fase 1.- Elaboración de Marco Teórico, contextual, legal, referencial. Para el desarrollo de esta fase del estudio se emplearon métodos bibliográfico documental inductivo, deductivo e histórico.

- Método bibliográfico documental. – Sirvió para recolectar información bibliográfica procedente de textos científicos, libros, revistas, páginas web, y documentos que se utilizaron para argumentar teóricamente el trabajo de investigación.
- Método inductivo. - Se empleó para la observación de los hechos para su registro, la clasificación de estudios ocurridos, la derivación inductiva que parte de estos que permitieron obtener una conclusión derivada de la generalización y contrastación.

Fase 2. Determinación del diagnóstico. – Es el resultado final o temporal del análisis que se efectuó en el lugar investigado, para esta fase de estudio se emplearon el método Analítico – Sintético y estadístico.

- Método estadístico. – Se utilizó para la tabulación de los datos y análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada.
- Método Analítico - Sintético. – Empleado para estudiar los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual mediante un análisis, y posteriormente integrarlas para estudiarlas de manera holística e integral mediante una síntesis.

Fase 3. Formulación y elaboración de la propuesta. – En esta fase del estudio se puso a disposición una propuesta con el objetivo de brindar soluciones a las problemáticas planteadas. Se utilizó el método de abstracción.

- Método de abstracción. - siendo parte de la investigación científica, se empleó para poder hacer resúmenes, comparaciones, conclusiones y presentar un nuevo conocimiento.

Técnicas e instrumentos de la investigación

- **Investigación de Campo:** Las técnicas utilizadas fueron:

-Técnica de la Observación: Actuando en el campo de estudio con la finalidad de observar los problemas actuales que se dan alrededor del mercado central.

-Técnica de la Encuesta: Se realizó por medio de la Encuesta, Cuestionario y Muestra

- **Investigación Bibliográfica:** La técnica utilizada fue:

Técnica de recopilación de datos: Se obtuvo información para realizar el desarrollo del marco teórico por medio de documentación literal, Grafica y Estadística.

Instrumentos

Los instrumentos que se usaron sirvieron de ayuda para la ejecución de la investigación de campo, el orden en el que se los utilizó es el siguiente:

- Cámara
- Cuestionario
- Fichas
- Filmadora

10.11.2 Población y muestra

Identificación de la población

Dentro del área de estudio de la presente investigación se cuenta con 29.003 personas que habitan en la cabecera cantonal de La Concordia.

Calculo de la muestra y selección de los elementos a muestrear

Para el cálculo de la muestra de personas a investigar, se hará uso de la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

- N= total de la población 29003
- Z2= el nivel de confianza es 1,962
- P= probabilidad de ocurrencia es 0,5
- Q=probabilidad de no ocurrencia 0.5
- e=error de estimación 0.05

Desarrollo de formula

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$
$$\frac{(1,96)^2 * 0.5 * 0.5 * 29003}{(0,05)^2 * (29003 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$
$$n = \frac{27854.48}{69.63}$$
$$n = 400$$

Mediante la aplicación de la formula se determinó que se realizaran un total de 400 encuestas.

Diseño de instrumentos a aplicar en la recolección de información.

10.11.3.- Resultados esperados.

El desarrollo de la investigación nos brindó los siguientes resultados:

- Diagnosticar la situación actual del mercado central en el cantón La Concordia.
- Se elaborará de un Marco referencial que tiene relación con los problemas ya encontrados en el área de estudio.
- Se obtuvo información importante para la propuesta del mercado multifuncional en el cantón La Concordia.

10.11.4.- Novedad de la investigación

Esta investigación se enfoca en analizar el nivel de la problemática de desorganización espacial del centro de la zona comercial de la Concordia, sector donde se implanta el actual mercado central, y en base a ello plantear una propuesta que integre de manera ordenada y zonificada los diferentes tipos de comercio en una sola estructura llamándolo un mercado multifuncional.

El plus del trabajo radica en proponer la recuperación y reactivación del comercio y el fortalecimiento del sector productivo, comercial y administrativo, a través del proyecto (Mercado Multifuncional y a la vez sus alrededores como vías de conexión para así impulsar no solo el desarrollo del lugar sino el interés del comerciante y consumidor externo.

Capítulo 1

11. Marco referencial de la investigación

11.1 Marco Antropológico- Histórico

El hombre, desde que se conocen datos de su existencia, ha ido evolucionando logrando satisfacer sus necesidades a medida que problemas de diversa índole se interponían en su camino. Tales necesidades representaban el hecho de la subsistencia y para que ello sea posible, el hombre en primera instancia debía alimentarse y buscar un refugio ante las inclemencias del tiempo y la vida animal existente que se encontraba en iguales condiciones que él.

La arquitectura también ha ido evolucionando desde sus orígenes, mediante el empleo de diversos materiales y la aparición de nuevas tecnologías que permiten otorgarle un mejor acabado a una obra arquitectónica y además estas dos evoluciones representan una conexión análoga entre el hombre y la arquitectura. (Mendoza, 2011) ¹ Esta analogía, comprende diversos aspectos, tales como:

- Sustento Estructural
- Ideológico
- Significativo
- Tecnológico y Constructivo.

Lo que sucedió en el actual cantón La Concordia también representa la evolución del ser humano dentro de una determinada extensión territorial, es decir personas de otros cantones y ciudades del país empezaron a llegar y colonizar este territorio el cual empezó a consolidarse mediante la creación de viviendas para poder protegerse de agentes exteriores y luego vinieron otras necesidades como la actividad comercial, misma que se solucionó con la aplicación de una centralidad prioritaria para aquella época la cual estaba relacionada con la adquisición de productos de primera necesidad y alimentos ya sea por intercambio o compra y venta, así fue

¹ Mendoza. M. 2011. *El Hombre Bio- Arquitectura*. Septiembre 20-2011 de [http:// www.buenastareas.com](http://www.buenastareas.com)

como se empezó a crear la zona comercial del cantón llamada mercado central desde sus inicios.

El Pueblo de La Concordia, nace producto de la migración de colonos de Loja y Manabí, que por sequía de 1960-1962 de estas provincias llegan familias enteras a poblar entre La Unión y La Concordia y gracias a la donación de terrenos por parte del señor Eduardo Ludeña y la señora Rosa Bolaños el Consejo provincial de Esmeraldas construye las instalaciones para que funcione el Mercado central de La Concordia. (Concordia, 2016)². Dicho mercado se adaptó a las necesidades de aquella época por lo cual no se hizo el análisis correcto que un equipamiento de este tipo necesita, sin embargo, el crecimiento de la población y de la ciudad fueron haciendo evidente varios problemas que impiden el correcto funcionamiento del mismo y perjudican las condiciones de habitabilidad de los ciudadanos además de la imagen urbana de la ciudad. Es por eso que la idea de insertar un proyecto arquitectónico referente a un nuevo mercado es de suma importancia para el desarrollo económico de la ciudad debido a que en el cantón no solo hay comerciantes locales sino también de otros cantones que llegan a proveer y vender sus productos, además otorgar este tipo de equipamiento a los ciudadanos sirve para crear más identidad y sentido de pertinencia, ya que el mercado fue el núcleo que permitió el desarrollo del pueblo desde sus inicios, la idea se hace específica cuando se busca no contrastar con las tradiciones de los habitantes esto desde el punto de vista que la propuesta se implantara en el mismo sector del mercado central, lugar al que corresponde el corazón y la zona comercial de la ciudad, donde podemos encontrar diferentes tipos de comercio desde venta de alimentos, mariscos, gastronomía, ropa, hasta costureria entre otros, mismos comercios que han existido desde hace un tiempo considerable por lo que la propuesta se trata de una tipología inclusiva de todos estos comercios, la cual toma el nombre de mercado multifuncional, teniendo

² *GAD La Concordia. 26- Junio-2016. Cronología histórica del cantón La Concordia. Ecuador.*
<http://laconcordia.gob.ec>

connotaciones positivas para comerciantes y compradores que se beneficiaran de un proyecto zonificado donde se realicen las actividades comerciales de forma segura y ordenada.

Desde el punto de la sociología, es conocido que un mercado tiende a ser un centro socio cultural, donde estos aspectos se mezclan por un uso específico en lo general, y se genera la compra y venta de productos, es así como se conoce un mercado, pero la investigación actual y la propuesta que se quiere implantar va un poco más allá alterando de manera positiva las tipologías de este tipo de equipamiento ya, que el objetivo es el desarrollo de un mercado que sea integrador para todos los comerciantes ya existentes en la zona comercial del cantón, además de que no altere los itinerarios de los compradores los cuales ya están acostumbrados a la adquisición de los productos en este sector, pero la esencia de la propuesta es darle organización al espacio del actual mercado para que de esta manera se puedan realizar las actividades comerciales con una zonificación adecuada sin perjudicar a la imagen urbana de la ciudad y ayudando al desarrollo económico y social de La Concordia.

El mercado multifuncional sin duda traería beneficios, desde el punto económico el hecho de poder tener un lugar óptimo para realizar las compras y ventas, los clientes tanto locales como extranjeros serán atraídos al sitio comercial generando así más ingresos económicos para el cantón.

En cuanto a lo social se busca proyectar un equipamiento comercial que sirva como espacio de integración, donde se podrán llevar a cabo interacciones socio-culturales entre compradores y vendedores además de integrar en una sola estructura a los comerciantes dotándolos así de un lugar bien diseñado y planificado mejorando la calidad de vida tanto de ellos como de los compradores y de los habitantes en general los cuales son los directos beneficiados del mercado multifuncional el mismo que contara con áreas peatonales y sociales garantizando así las mejores condiciones para el desarrollo de las actividades comerciales en el cantón La Concordia, dándole a un realce al sistema de compra y venta.

11.1.2 Los Mercados en la historia de las civilizaciones

A medida que los pueblos fueron evolucionando, se fue desarrollando el comercio, el instinto de conservación y subsistencia del hombre hace que procure satisfacer sus necesidades más elementales. Las familias comenzaron a crecer y por ende la demanda de productos, pero la producción local no satisfacía completamente sus necesidades, lo que llevo a buscar otros intercambiar sus excedentes con otros productos u objetos que otros pueblos producían, esta acción de intercambio se la denomino Trueque (Lovato, 2015, pág. 12)³

Por efecto de las diferencias de climas, ubicación, geografía, aptitudes de los hombres, los productos de las diversas regiones son muy variados lo que origina grandes dificultades de adquisición al consumidor. Esto generó que las sociedades fueran perfeccionando este tipo de comercio mejorando sus productos y la entrega de los mismo, creando una comercialización más fluida, mediante transportes terrestres, marítimos, etc. Con este continuo intercambio se buscó una medida que facilite el comercio, fue donde apareció el sistema monetario que consistía en una moneda que tenía valor según su material, de oro o plata y según su peso, con esta moneda el producto ya podía tener un valor definido, ya no era necesario un intercambio de bienes. Posteriormente tratando de mejorar el intercambio comercial, los comerciantes empezaron a ubicarse en un sitio determinado cerca de los templos, para que así los habitantes de la comunidad identificaran donde se realizaba la comercialización de productos, además se establecieron días específicos en los que estos espacios servirían para dicha función, a estos espacios se les dio el nombre de Tianguis o Feria Libre; Con el pasar del tiempo este sitio se consolida en este tipo de actividad, se le dota de servicios básicos y una infraestructura adecuada y se le da el nombre de Mercado. (Lovato, 2015, pág. 12)⁴

³ Lovato, Josué Daniel (2015). Mercado minorista para la parroquia de Alangasí. Trabajo de Graduación para optar al Título de Arquitecto. Carrera de Arquitectura. Quito: UCE. Pag12. <http://www.dspace.uce.edu.ec>

⁴ Lovato, Josué Daniel (2015). Mercado minorista para la parroquia de Alangasí. Trabajo de Graduación para optar al Título de Arquitecto. Carrera de Arquitectura. Quito: UCE. Pag12. <http://www.dspace.uce.edu.ec>

La historia muestra que las plazas de mercados han sido referentes urbanos para los ciudadanos de cada época. Éstas se pueden apreciar en cualquier ciudad a nivel mundial, son símbolo importante y elemento urbano imprescindible que se ha destacado desde tiempos remotos dándole estilo, y belleza a cada civilización.⁵ (Jara, 2014)

Las plazas son consideradas como el ente urbano donde se realizan diversas actividades cívicas que llena de nostalgia a cada poblador debido a que crea una relación con la riqueza e importancia de la ciudad. Las plazas datan desde comienzos de las primeras civilizaciones, cuando las personas comenzaron a tener conciencia de que necesitaban de un espacio, de un lugar público, abierto y en ocasiones fortificados, en donde poder concentrarse para llevar a cabo diversas actividades, ya sea económica, política, y de recreación que garanticen el crecimiento de la ciudad.⁶ Las primeras plazas conocidas son de los tiempos griegos, llamadas ágora y acrópolis. De este mismo modo los romanos crearon plazas destinadas al entretenimiento, como son las termas y los foros. En la época del medioevo, se pueden apreciar las plazas de mercado y la iglesia que regían en esa época junto a los castillos y las dependencias de todo el lugar. En la época del renacimiento se crearon diversas plazas no funcionales, pero que se inclinaban a un valor estético mayor, en este tiempo las plazas estaban dirigidas a diferentes casos sociales. (ARQHYS.com., 2012)⁷. El mercado, siempre ha sido el punto focal de la ciudad, una luz para el intercambio de bienes, en donde todo tipo de clases, emergen para conformar una dinámica peatonal y vehicular de gran alcance; esto ocurre cuando se logra convertir una zona de convivencia externa, en un centro de reunión muy visitado.⁸ (Jara, 2014)

⁵ Jara, Alexis (2014). Mercado La Ofelia. Trabajo de Graduación para optar al Título de Arquitecto. Carrera de Arquitectura. Quito: PUCE. Pag30. <http://repositorio.puce.edu.ec/>

⁶ Revista ARQHYS. 2012, 12. Plazas públicas. Equipo de colaboradores y profesionales de la revista ARQHYS.com. Obtenido 05, 2018, de <http://www.arqhys.com/arquitectura/plazas-publicas.html>.

⁷ Revista ARQHYS. 2012, 12. Plazas públicas. Equipo de colaboradores y profesionales de la revista ARQHYS.com. Obtenido 05, 2018, de <http://www.arqhys.com/arquitectura/plazas-publicas.html>.

⁸ Jara, Alexis (2014). Mercado La Ofelia. Trabajo de Graduación para optar al Título de Arquitecto. Carrera de Arquitectura. Quito: PUCE. Pag33. <http://repositorio.puce.edu.ec/>

Esto, da al mercado un valor urbano y arquitectónico y lo lleva a convertirse en un lugar de constante actividad. La plaza de mercado puede ser parte de una organización regional. Estos tipos de centros, se realizan en diferentes poblaciones y distintos días de la semana, con asistencia de unos mismos vendedores ambulantes y unos pocos locales. Por lo regular en estos casos, existe un pequeño núcleo de mercado completamente establecido y a los vendedores ambulantes, se les asigna un lugar en un espacio libre, en donde ellos extienden sus mercancías. Las plazas de mercado y el comercio en general, no solo son espacios para la compraventa, al mismo tiempo son lugares conocidos por cualquier habitante urbano y es el foco financiero y administrativo de cada región. (Jara, 2014)⁹

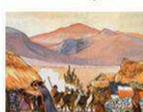
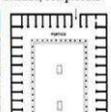
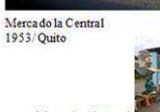
<p>AGORA An plia superficie abierta rectangular o trapezoidal rodeada de estoaas.</p>  <p>ESTOA Edificio de grandes columnas, junto a ellas se acomodaban los comerciantes.</p> 	<p>ZOCO Calles dedicadas al comercio, cubiertas por toldos o bóvedas.</p>   <p>El Porte de Clignancourt - París siglos XII.</p>	<p>FERIA Se destinaba un área grande, descubierta para la comercialización de productos</p>    	<p>MERCADO</p> <p>Mercedo de pescado /1835 Londres</p>   <p>Prim er Mercedo Quito Plaza San Francisco 1870 Quito Ecuador</p>   <p>Mercedo de Santa Clara /1920 Quito, Ecuador</p> <p>Prim er Mercedo Cerrado</p> <p>Mercedo del Sur /1905 Guayaquil, Ecuador</p>
<p>EDAD ANTIGUA</p> <p>FORO Plaza Pública rectangular cerrada al aire libre.</p>  <p>MACELLUM Edificio funcional con plaza con pórticos donde se ubicaban las tiendas, con piscina.</p>  	<p>EDAD MEDIA</p> <p>BAZAR Conjunto de tiendas, subdivididas en espacios cuadrados cubiertos por cúpulas o techos abovedados.</p>  	<p>EDAD MODERNA</p> <p>MERCADO</p> <p>Brujas Halles 1240 / Bélgica</p>  <p>Fondaco dei Tedeschi 1505 / Venecia.</p> 	<p>EDAD CONTEMPORANEA</p> <p>Mercedo San Francisco 1893 / Quito</p>  <p>Mercedo San Roque 1950 / Quito</p> 
<p>SIGLO V a.c. GRECIA</p> <p>SIGLO X - XIV d.c.</p> <p>SIGLO IV a.c. ROMA</p> <p>El Mercado de Trajano</p> 	<p>MEDIO ORIENTE</p> <p>Mercedo de Estambul - 1461</p> 	<p>SIGLO XIII- XV</p> <p>EUROPA</p> <p>Saint Pierre-sur-Dives / 1630 / Francia</p>  	<p>SIGLO XVIII - XX d.c. AMÉRICA</p> <p>Mercedo la Central 1953 / Quito</p>  <p>Mercedo de la Magdalena 1992 / Quito</p>  <p>Mercedo Alangasi 1984 / Parroquia Alangasi</p> 

Imagen # N4º: Evolución del mercado en la historia / Fuente: Mercado minorista para la parroquia de Alangasi. Trabajo de Graduación para optar al Título de Arquitecto. imágenes/2018

⁹ Jara, Alexis (2014). Mercado La Ofelia. Trabajo de Graduación para optar al Título de Arquitecto. Carrera de Arquitectura. Quito: PUCE. Pag 20. <http://repositorio.puce.edu.ec/>

En Ecuador, aunque con características diversas entre sí, los actuales mercados tradicionales donde el pasado y el presente parecen fundirse, guardan la herencia de los llamados Tianguis de origen prehispánico: el trueque, la venta de hortalizas, el típico regateo, la especialización en ciertos productos, artesanías, tejidos, entre otros productos.¹⁰ (Jara, 2014)

En medio de todo tipo de aromas, colores y sabores, en las plazas de mercado del país, situadas tanto en la capital, como en el resto de provincias, lo autóctono se mezcla con lo moderno. Son espacios donde satisfacer las necesidades, emocionarse con algo que se ve, probar comida tradicional, y donde se puede comprar y vender de todo. Estos mercados ofrecen lo más típico del país, son lugares de encuentro donde aparecen imágenes religiosas, rituales, y espacios de socialización, lo que les ha permitido sobrevivir a la competencia de shoppings y cadenas de supermercados. En la región Sierra y en Otavalo se encuentran los más famosos mercados, a los que muchos visitantes internacionales llegan en busca de regalos y oropeles para llevar a sus hogares. Por lo general, los mercados del Ecuador funcionan durante el fin de semana, aunque hay algunos que lo hacen los días hábiles. Precisamente, en estos mercados, miles de comerciantes y artesanos se reúnen para vender sus artesanías o exponer sus pinturas para que la gente las compre.¹¹ (Jara, 2014)

El mercado más famoso del Ecuador se encuentra en Otavalo, en la tradicional Plaza de Ponchos se puede encontrar joyas, bordados, instrumentos musicales y una gran variedad de pinturas artísticas. Al igual que el anterior, el mercado Latacunga es muy conocido por sus artistas y artesanías. De igual forma, el mercado Saquisilí, es famoso por los productos locales hechos a mano y la producción agrícola-ganadera que se vende allí. Asimismo, el mercado de Zumbahua es uno de los más antiguos mercados indígenas andinos de Ecuador. Éstos por mencionar los más conocidos, pues hay muchos¹² (Jara, 2014)

¹⁰ Jara. M. A. (2014). *Mercado La Ofelia. (Tesis pregrado). PUCE. Quito. Pag 20.*<http://repositorio.puce.edu.ec>

¹¹ Jara. M. A. (2014). *Mercado La Ofelia. (Tesis pregrado). PUCE. Quito. Pag 21.*<http://repositorio.puce.edu.ec>

¹² Jara. M. A. (2014). *Mercado La Ofelia. (Tesis pregrado). PUCE. Quito. Pag 21.*<http://repositorio.puce.edu.ec>

11.2 Marco Teórico

11.2.1 Los No Lugares (Espacios del anonimato)

Los mercados son lugares socio culturales, donde comerciantes y compradores construyen identidades, tramas sociales y donde se evidencia la estratificación social, económica y cultural. En estos lugares se establecen interacciones sociales como la comercialización, el uso del espacio, las relaciones de parentesco que a su vez comparten y generan componentes culturales del mercado.¹³ (Jara, 2014)

Según (Auge 1993) “Un lugar es aquel espacio que puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar.” La hipótesis aquí defendida es que la sobre-modernidad es productora de no lugares, es decir, de espacios que no son en sí lugares antropológicos y que, contrariamente a la modernidad baudeleriana,¹⁴ no integran los lugares antiguos: éstos, catalogados, clasificados y promovidos a la categoría de lugares "de memoria", ocupan allí un lugar circunscripto y específico.

Marc Augé¹⁵ apunta estas observaciones en el libro los no lugares, donde señala que «bajo continuo»: la expresión utilizada por Starobinski¹⁶ para evocar los lugares y los ritmos antiguos es significativa: la modernidad no los borra, sino que los pone en segundo plano. Son como indicadores del tiempo que pasa y que sobrevive. Perduran como las palabras que los expresan y que los seguirán expresando. La modernidad preserva todas las temporalidades del lugar, tal como se fija en el espacio y la palabra. (Augé, 1993, pág. 44)¹⁷.

El autor del libro describe a la ciudad como el ente donde interactúan dos tipos de lugares los que son y los que no son a los que llama los lugares y los no lugares, al primero lo define como

¹³ Jara. M. A. (2014). *Mercado La Ofelia. (Tesis pregrado). PUCE. Quito. Pag 16.*<http://repositorio.puce.edu.ec>

¹⁴ *Baudelaire fue un poeta, ensayista, francés, (terminología usada para referirse a vida bohemia)*

¹⁵ *Marc Augé es un antropólogo francés nacido en Poitiers en el año 1935*

¹⁶ *Jean Starobinski (Augé, 1993) es un historiador de las ideas y un crítico literario de fama internacional*

¹⁷ *Augé .M (1993) Los no lugares, espacios del anonimato. Francia*

aquel espacio donde existe una historia cultural y un sentido de pertinencia arraigada al hombre que lo muestra como una pieza evolutiva en la historia capaz de crear relaciones con otros individuos ya sean de una misma cultura o no, es decir que el lugar es aquel espacio que se reconoce por inercia y que siempre va a estar en la mente y la memoria gráfica de las personas, consolidándose como un hito cultural que a la vez hace sentir orgullosos a los habitantes de la ciudad que crean un vínculo con ese espacio llamado lugar, mismo que a la vez tiene más peso que la misma modernidad. Para Augé el espacio debe ser un:

- Lugar de la identidad (en el sentido de que cierto número de individuos pueden reconocerse en él y definirse en virtud de él).
- Lugar de relación (en el sentido de que cierto número de individuos, siempre los mismos, pueden entender en él la relación que los une a los otros)
- Lugar de historia (en el sentido de que los ocupantes del lugar pueden encontrar en él los diversos trazos de antiguos edificios y establecimientos, el signo de una filiación)

Por otro lado también existen los no lugares los cuales son básicamente espacios sin historia que llegan producto del crecimiento acelerado de la población y de la modernidad que esta implica, sitios de paso sin ningún precedente que motive a crear relaciones, que si bien pueden llegar a ser iconos de la ciudad están muy alejados de crear vínculos de pertinencia ya sean culturales o históricos, esto por la falta de longevidad del sitio sin embargo siempre están ahí sirven de complemento para la ciudad y ayudan a facilitar las actividades cotidianos del ser humano.

Según (Augé, 1993, pág. 45) ¹⁸El lugar y el no lugar son más bien polaridades falsas: el primero no queda nunca completamente borrado y el segundo no se cumple nunca totalmente: son palimpsestos donde se reinscribe sin cesar el juego intrincado de la identidad y de la relación, por otro lado los no lugares son la medida de la época, medida cuantificable y que se podría tomar adicionando, después de hacer algunas conversiones entre superficie, volumen y

¹⁸ Augé .M (1993) *Los no lugares, espacios del anonimato*. Francia

distancia, las vías aéreas, ferroviarias, las autopistas y los habitáculos móviles llamados "medios de transporte" (aviones, trenes, automóviles), los aeropuertos y las estaciones ferroviarias, las estaciones aeroespaciales, las grandes cadenas hoteleras, los parques de recreo, los supermercados, la madeja compleja, en fin, de las redes de cables o sin hilos que movilizan el espacio extraterrestre a los fines de una comunicación tan extraña que a menudo no pone en contacto al individuo más que con otra imagen de sí mismo.

Entonces podemos establecer que Marc Augé acuñó el concepto "no-lugar" para referirse a los lugares de transitoriedad que no tienen suficiente importancia para ser considerados como "lugares". Son lugares antropológicos, los históricos o los vitales, así como aquellos otros espacios en los que nos relacionamos. Un no-lugar es una autopista, una habitación de hotel, un aeropuerto o un supermercado que carece de la configuración de los espacios, es en cambio circunstancial, casi exclusivamente definido por el pasar de individuos. No personaliza ni aporta a la identidad porque no es fácil interiorizar sus aspectos o componentes. Y en ellos la relación o comunicación es más artificial.¹⁹

Además, el concepto de no-lugar es subjetivo. Un lugar puede ser considerado por algunos como un mero punto de cruce, mientras que para otros evocará un cruce de caminos en las relaciones humanas. Este diseño es en movimiento y trabajos recientes sugieren que los nativos digitales tienen diferentes percepciones del mismo. M. Lazzari²⁰ ha desarrollado en Italia un estudio de una amplia muestra de adolescentes, lo que demuestra que el centro comercial es un lugar donde los adolescentes no se producen por casualidad, ni con el único fin de comprar algo, sino para socializar, reunirse con amigos y divertirse. El espacio virtual y los centros comerciales parecen estar de forma vinculada a la identidad de la generación de nativos digitales²¹, y son para ellos un lugar, ya que son un no-lugar para las personas mayores.

¹⁹ <https://interabide.wordpress.com/2018/01/14/los-no-lugares-espacios-del-anonimato-marc-auge/>

²⁰ *Escritor y crítico Italiano*

²¹ *El término nativo digital describe a una persona nacida en la era digital*

Entonces un mercado publico siempre va ser un lugar fundacional de la ciudad por lo tanto tiene una historia dentro de la misma y de los ciudadanos y la actividad comercial que se da en en él, a la vez incentiva a las interacciones de los usuarios que no solo acuden para comprar sino para entablar una charla o llevarse un poco de cultura de otras personas a su casa, sin duda el mercado es un lugar con historia, crea relaciones y establece un espíritu de pertinencia. Todo esto por medio del comercio y el uso de un espacio en común es decir un mercado es un lugar donde se puede generar el impulso a interactuar entre los usuarios que producen y los usuarios que consumen. Claro es muy cierto que, si bien el mercado si se lo considera un Lugar, está enfocado hacia la población que motivó su construcción a los que desde un inicio vieron la necesidad de tenerlo y no tanto a los contemporáneos que sólo lo ven como un instrumento donde adquirir productos.

Esto lo menciona (Augé 1993 pag26²²)” El lugar común al etnólogo y a aquellos de los que habla es un lugar, precisamente: el que ocupan los nativos que en él viven, trabajan, lo defienden, marcan sus puntos fuertes, cuidan las fronteras pero señalan también la huella de las potencias infernales o celestes, la de los antepasados o de los espíritus que pueblan y animan la geografía íntima, como si el pequeño trozo de humanidad que les dirige en ese lugar ofrendas y sacrificios fuera también la quintaesencia de la humanidad, como si no hubiera humanidad digna de ese nombre más que en el lugar mismo del culto que se les consagra.”

Estos lugares tienen por lo menos tres rasgos comunes. Se consideran (o los consideran) identificatorios, relacionales e históricos. El plano de la casa, las reglas de residencia, los barrios del pueblo, los altares, las plazas públicas, la delimitación del terruño²³ corresponden para cada uno a un conjunto de posibilidades, de prescripciones y de prohibiciones cuyo contenido es a la vez espacial y social.

²² Augé .M (1993) *Los no lugares, espacios del anonimato*. Francia

²³ Troxo de tierra, lugar donde se vive

11.2.2 El mercado como espacio público

Según (.Borja 2000)²⁴ “el espacio público se puede valorar por la intensidad y la calidad de las relaciones sociales que facilita, por su capacidad de mezclar grupos y comportamientos, de estimular la identificación simbólica, la expresión y la integración cultural” .

Históricamente la definición, según un documento de Conceptualización del Espacio Público de la ²⁵UNIMED, se reconoce a Aristóteles como quien inicia el reconocimiento del mismo, definiéndolo como “ese espacio vital y humanizante donde la sociedad se reunía para compartir sus opiniones, evaluar propuestas y elegir la mejor decisión”, visualizándolo como un espacio público político. El concepto cambia o finalmente se puede decir que se complementa para llegar a un significado integral, evoluciona, es así como en ese documento, para (Joseph, 1988), “...son aquellos espacios donde se desarrolla una faceta de lo social que hace posible observarnos a nosotros mismos como sociedad y cultura...”. Sin embargo, en el caso específico, lo social va de la mano del tema funcional de la movilidad, pues estos espacios peatonales de hoy serán la transición del mañana al sistema integrado de transporte masivo de la ciudad.

El espacio público en cualquier contexto hoy presenta varias facetas, desde lo físico es el conjunto de andenes, plazas, plazoletas, puentes y sus zonas bajas, parques para nombrar algunos e inclusive las vías y algunos espacios cubiertos que albergan actividades en cierto modo se pueden considerar como espacios públicos que se encuentran en áreas privadas (centros comerciales, hospitales, estadios deportivos, etc.) sin embargo en estos últimos existen restricciones de acceso que los limita en el concepto amplio e integral de lo que significa el espacio público.

²⁴Jordi Borja es un geógrafo urbanista, y político español. Es licenciado en sociología

²⁵ Universidad Nacional de Medellín

Entonces si bien el espacio público presenta varias facetas u aristas, siendo más concretos y específicos a ese espacio se lo cataloga como un área de libre expresión una extensión territorial dentro de la ciudad, barrio o comunidad donde se es libre de pensar y actuar, donde la prioridad es establecer relaciones sociales entre propios y extraños del lugar donde se implante la plaza, el parque o el conjunto deportivo, es decir un sitio que enriquece al ser humano y que ayuda al desarrollo de una ciudad y de sus habitantes. En eso coinciden estos dos primeros autores Borja y Joseph, los cuales enfocan sus teorías hacia la identidad del ser humano, a como ellos se ven reflejados en el espacio lugar donde son libres de expresarse y hacerse conocer mediante la socialización y la interacción que permiten estos tipos de lugares y ambientes.

Es por eso que Marc Auge²⁶ define a un espacio público como un elemento significativo dentro de la urbe que trasciende en el tiempo que muestra la historia de la ciudad que sirve como un hito y un punto de referencia en el presente y que perdure en el tiempo para nuevas generaciones para nuevos habitantes de la ciudad. De esta manera los habitantes se apropian de él lo hacen suyo y se sienten identificados con el mismo creando un sentido de pertenencia hacia el espacio público, el mismo que evoluciona y se lo reconoce como un lugar cubierto, en este caso un mercado donde las interacciones humanas se viven a flor de piel.

Los mercados son espacios públicos donde se puede observar las relaciones sociales que en ellos se reproducen. Más allá de su principal objetivo implícito, compra y venta de productos de alimentación, se aprecian relaciones de proximidad, amistad y convivencia, lo que siempre ha resultado de importancia para el consumidor habitual, principalmente población adulta y adulta mayor.²⁷

²⁶ Marc Augé es un antropólogo francés nacido en Poitiers en el año 1935

²⁷ Salinas Arreortua, L. (2016). Transformación de mercados municipales de Madrid. De espacio de consumo a espacio de esparcimiento. Revista INVI, 31(86), 179-201 [http:// www.revistainvi.uchile.c](http://www.revistainvi.uchile.c)

11.2.3 El espacio del mercado

Es necesario hacer algunas precisiones en torno a nuestro objeto de estudio: el mercado. A primera vista, el uso del concepto parece corresponder a la ciencia económica, que a través de procedimientos metodológicos específicos puede dar cuenta de su naturaleza

De manera sencilla, Michel Callon²⁸ ha criticado la concepción abstracta desde la cual las ciencias económicas han estudiado el mercado. Callon recupera la tesis de North para granear esta crítica: "Es un hecho peculiar que la literatura en ciencias económicas... contenga tan poco debate sobre la institución central que subyace a la economía neoclásica: el mercado" (North, 1977)²⁹

Callon explica que la razón de esta deficiencia se encuentra en el objeto al cual se refiere el concepto de mercado. Para las ciencias económicas, este concepto "designa un mecanismo abstracto donde la oferta y la demanda se confrontan la una con la otra y se ajustan en la búsqueda de un compromiso..." (Callon, 1998: 11). De esta manera, la concepción abstracta del mercado le permite a la ciencia económica producir conocimiento desligado del objeto que estudia. Construyendo principios teóricos que, más que explicar cómo funcionan los mercados reales, determinan los principios bajo los cuales deberían funcionar estos mecanismos abstractos.

En cambio, el espacio del mercado, explica Callon, "está mucho más cerca de la experiencia ordinaria y se refiere al lugar donde ocurre el intercambio" (Callon, 1998: 11). Es decir, es aquél espacio que concentra vendedores y compradores. A este espacio nos referimos cuando hacemos referencia a la categoría de mercado, mismo concepto que se apega a la sociología y que resalta la esencia histórica del mercado como un lugar físico y de constante roce entre ofertante y demandante en donde encontramos todo tipo de culturas.

²⁸ Michel Callon (nacido en 1945) es un sociólogo e ingeniero francés. Desde 1967 es profesor de sociología

²⁹ Citado por Callon en *Los mercados y la performatividad de la ciencias económicas*.

Por otro lado es normal que desde el punto de vista económico al mercado se lo considere como un ente de producción y adquisición lo cual es cierto pero si logramos unificar este concepto con aristas sociológicas, históricas y arquitectónicas tendremos como resultado que el espacio del mercado representa un lugar común que integra diferentes tipos de comercio para generar un desarrollo económico de la ciudad y que a la vez representa la historia de la misma y que alberga culturas heterogéneas que conviven y se enlazan mediante vínculos.

Hoy en día se han desarrollado diferentes tipos de mercado debido a que un intercambio comercial puede desarrollarse en cualquier lugar: en una plaza, en un microbús o en un colegio, lo que no hace que estos espacios se conviertan automáticamente en mercados.

Lo que ocurre es que, por sus características, a estos espacios concurren un número determinado de personas con diferentes intereses: recreación, transporte o estudio, quienes a su vez no dejan de ser potenciales compradores y que convocan a un número determinado de comerciantes. Es lo que sucede en el centro de las ciudades, que, por la concentración de actividades administrativas, financieras y comerciales, este espacio público convoca a un número importante de personas durante todos o casi todos los días. Convocando, a su vez, a un número cada vez más grande de comerciantes, puesto que la concentración de actividades y personas en estos espacios eleva la posibilidad de concretar intercambios comerciales, pero sin tener la esencia propia de un mercado y más bien se crean los problemas de informalidad que conlleva al deterioro de la imagen de la ciudad y ocasionan varios tipos de contaminación.

Entonces. lo que caracteriza al espacio de un mercado, es el lugar donde se produce el intercambio, es su capacidad para convocar regularmente a un número importante de compradores convencidos de realizar intercambios comerciales

11.3 Marco Conceptual

11.3.1 Equipamiento Urbano:

Son bienes públicos o privados de utilidad pública destinados a prestación de servicios necesarios al funcionamiento de la ciudad, implantados mediante autorización del poder público, en espacios públicos y privados. Los equipamientos urbanos en planeamiento están relacionados al uso del suelo para fines colectivos o institucionales, pudiendo ser públicos o privados. La implantación de equipamientos urbanos está asociada al desarrollo social e reflejan en la calidad de vida de la ciudad y de la población en ella residente. (Andrade, 2010)³⁰

El radio de influencia dependerá de su capacidad o tamaño, este es, del número de personas al que puede dar servicio en su especialidad, del número de empleados y de su periodicidad de uso (si es de uso cotidiano, eventual o periódico). Todos estos aspectos son los que determinan si un edificio de servicios atrae personas desde todos los puntos de la ciudad, si las personas que recurren a él solo provienen de un área o distrito determinado, o si solo lo usan personas de un barrio específico.³¹ Así mismo también satisface las necesidades complementarias del ser humano, estando conformadas por el comercio, las actividades administrativas públicas y privadas, y los servicios de bomberos y policías, guarderías etc. estas facilitan a los usuarios varios servicios con lo que favorece eficiencia y economía sustentable. Generalmente el equipamiento propicia la concentración de población en el lugar donde se localiza, generando lugares con mayor vida colectiva dentro de la ciudad. La localización del equipamiento dentro de la ciudad es un aspecto muy importante a considerar, pues constituye uno de los elementos más significativos de la estructura urbana. La localización adecuada del equipamiento genera repercusiones positivas en todos los aspectos funcionales de la ciudad, mejorando su paisaje y propiciando una mejor calidad de vida para la población. (García, 2015, pág. 14)³²

³⁰ Andrade. R. 26- abril-2010. Slide Share. Edificaciones y equipamientos urbanos. <https://es.slideshare.net>

³¹ García. K. 2015. Mercado municipal de Morales (Trabajo de pregrado) U.S.C. Guatemala. Pag14

³² García. K. 2015. Mercado municipal de Morales (Trabajo de pregrado) U.S.C. Guatemala. Pag14

11.3.2 Equipamiento educativo

La educación es un componente crítico para el desarrollo de un País, por ende, sus instalaciones deben contar con ambientes adecuados para la gestión de los servicios educativos. Desde el punto de vista de la sociología, educación es el proceso por el que, las ideas, costumbres, normas, conocimientos y técnicas de la sociedad, es transmitido por medio de la enseñanza a otras generaciones. (Andrade, 2010)³³. Este abarca los siguientes niveles:

- Educación preescolar o parvulario
- Educación Primaria
- Enseñanza Secundaria o Media
- Enseñanza Superior

11.3.3 Equipamiento de salud

Según la (OMS³⁴ 2013)“La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, no simplemente ausencia de enfermedad”. Por ende, la salud no es un fin en sí misma, sino que constituye un medio dentro de la dinámica social del país, al mejorar las condiciones físicas del hombre y lograr así más productividad en sus actividades diarias. (García, 2015, pág. 16)³⁵

Los equipamientos de salud se definen como centros asistenciales equipados adecuadamente tanto en forma material como humana para brindar servicios de ayuda y bienestar a los ciudadanos

- Primer Nivel: Puesto de Salud
- Segundo Nivel: Centro de Salud Tipo "B"
- Centro de Salud Tipo "A" Hospital de Distrito
- Tercer Nivel: Hospital de Área - Hospital Regional

³³ Andrade. R. 26- abril-2010. Slide Share. Edificaciones y equipamientos urbanos. <https://es.slideshare.net>

³⁴ Organización Mundial de la Salud

³⁵ García. K. 2015. Mercado municipal de Morales (Trabajo de pregrado) U.S.C. Guatemala. Pag16

11.3.4 Equipamiento recreacional

La palabra Recreación proviene del latín Recreativo, acción y efecto de recrear por lo que puede hacer referencia a crear algo de nuevo, pero mayormente el término recreación se aplica a divertir, entretener o alegrar, a un determinado grupo de personas por medio de actividades que distraen de las obligaciones cotidianas. La recreación por lo tanto es una actividad que se puede considerar terapia para el cuerpo y la mente, aunque el ocio es relajación y pueden estar relacionados. (CONCEPTODEFINICION.DE, 2014) ³⁶

Por ende, un equipamiento recreacional involucra a los diferentes espacios públicos y lugares donde el ser humano puede recuperar su fuerza de trabajo y lograr relaciones culturales y sociales con otros individuos, este tipo de equipamiento es necesario para el desarrollo social de las personas y urbano de las ciudades.

11.3.5 Equipamiento administrativo

Este equipamiento está referido a la presentación de servicios de carácter público, como son: Administración, Información, Trámites en general, Recaudación, Seguridad, Justicia y servicios directos de interacción entre los gobiernos central, regional y local con los habitantes de sus respectivas circunscripciones. (Garcia, 2015, pág. 18)³⁷

11.3.6 Equipamiento de asistencia social

Equipamiento dirigido al sentido de protección o atención a determinados sectores de la comunidad, específicamente a los desamparados, inhábiles o marginados física o económicamente. Fomenta, por tanto, a las Instituciones Sociales, cuyos objetivos sean los de superación, educación o rehabilitación. Dentro de la clasificación internacional el equipamiento es conocido como, servicios de protección a la infancia, juventud, a la mujer y a la ancianidad. (Garcia, 2015, pág. 19)

³⁶ Anonimo (2014). *Concepto definición.de*. <http://conceptodefinicion.de>

³⁷ Garcia. K. 2015. *Mercado municipal de Morales (Trabajo de pregrado)* U.S.C. Guatemala. Pag18

11.3.7 Equipamiento cultural

Según (Julio Cortázar)³⁸ “La cultura es el ejercicio profundo de la identidad “. De esta manera al equipamiento cultural lo podemos definir como espacios o estructuras concebidas con el fin de crear un sentido de pertinencia de los ciudadanos hacia la historia misma de ellos y de su país. Dentro de este equipamiento tenemos: museos, bibliotecas, salas de exposición, teatro, cine, sede de congresos, etc.

11.3.8 Equipamiento comercial

Son todos los locales edificados, construcciones e instalaciones de carácter fijo o permanente, cubiertos o sin cubrir, exteriores o interiores a una edificación, que estén destinados al ejercicio profesional de la actividad comercial, aun cuando no dispongan de escaparates de exposición.³⁹

El equipamiento comercial tiene como fin facilitar la vida de las personas que se asientan alrededor del equipamiento con el fin de brindarle alimentos, productos básicos sin la necesidad de recorrer grandes distancias. Se hace énfasis en este equipamiento debido a que aquí se encuentra la edificación comercial también llamada mercado

Este tipo de equipamiento se desglosa en:

- Centro Comercial Vecinal o Barrial
- Centro de Comercio Distrital o Zonal
- Centro Comercial Central (a nivel de ciudad)
- Centro de Acopio y Distribución
- Mercado Publico
- Asentamientos Comerciales no-planificados

³⁸ Julio Cortázar (1914 - 1984) fue un escritor, traductor (para la UNESCO) e intelectual de nacionalidad argentina y francesa.

³⁹ <http://camaracomerciorioja.com>

11.3.9 Edificaciones comerciales

Se considera como edificación comercial a los edificios e instalaciones que se dedican a la actividad mercantil, es decir, a la venta y compra de mercancías de todo tipo, como alimentos, ropa, muebles, medicamentos, medicinas, etc.

Las edificaciones comerciales reúnen locales comerciales agrupados en un espacio determinado de uso público. Su objetivo es reunir diversas propuestas para que los potenciales clientes puedan realizar sus compras con mayor comodidad.

11.3.10 El comercio

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales entendemos que son las actividades de intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader⁴⁰.

Además, tiende a situarse en puntos de atracción y en el espacio de recorrido de los transeúntes entre estos puntos. Generalmente, el comercio o genera concentración de población o se localiza donde existe esta concentración; por lo tanto, propicia o se dan en lugares de convivencia colectiva.⁴¹ Estos lugares son puntos de atracción para la población y centros de actividad que conforman un paisaje y un ambiente muy peculiares. Los comercios están clasificados por su nivel de operaciones:

- comercio mayorista,
- comercio medio
- comercio de mercadeo.

⁴⁰ Wikipedia. El Comercio <https://es.wikipedia.org>

⁴¹ Garcia. K. 2015. Mercado municipal de Morales (Trabajo de pregrado) U.S.C. Guatemala. Pag20

El comercio también se refiere a las tiendas, almacenes o establecimientos comerciales que se encuentran en el lugar. Pueden ser:

- **Comercio Fijo o Establecido:** Conjunto de establecimientos comerciales que se encuentran situados permanentemente en un lugar.
- **Puesto Ambulante:** Puestos armables que puedan ser transportados de un lugar a otro en cualquier momento con facilidad, además de no tener un lugar fijo.
- **Puesto de Piso Plaza:** Puesto fijo o provisional que se desplaza según los días de mercado, además de poseer características de pequeño comercio.

11.3.11 Mercado

Establecimiento donde concurren productos y comerciantes mayoristas, medio mayoristas y detallistas con el objeto de realizar transacciones de productos alimenticios y artículos básicos de consumo de origen regional y/o extra regional como son: frutas, hortalizas y raíces feculentas; abarrotos, granos y semillas; lácteos, aves, pescados y mariscos.⁴²

Estos productos requieren de almacenamiento adecuado para conservar sus características óptimas para el consumo, por lo que las unidades de abasto cuentan con frigoríficos y cámaras para maduración de frutas; así como locales para servicios administrativos, conservación y mantenimiento, área para circulación peatonal y vehicular, estacionamiento para vehículos de carga y particulares, andenes para carga y descarga y de trasbordo de productos, entre otros.

11.3.12 Características de mercado

El mercado está compuesto de comerciantes y compradores o usuarios que vienen a representar la oferta y la demanda. Se realizan relaciones comerciales de transacciones de mercancías. Los precios de las mercancías tienden a unificarse y dichos precios se establecen por la oferta y la demanda⁴³

⁴² García. K. 2015. Mercado municipal de Morales (Trabajo de pregrado) U.S.C. Guatemala. Pag 21

⁴³ García. K. 2015. Mercado municipal de Morales (Trabajo de pregrado) U.S.C. Guatemala. Pag 21

Comerciantes: Son aquellas personas que venden sus productos en las diferentes estaciones.

Usuarios: Son las personas que llegan a los mercados a comprar productos de comerciantes.

11.3.13 Clasificación de los mercados

-Mercado municipal

Es aquel que es propiedad del gobierno municipal, este vende o renta los locales, no es solamente los que se alojan físicamente en un edificio, sino también sus desbordamientos.

Los vendedores típicos se dedican a la venta de: frutas, flores, cereales y abarrotes en general, la leche y sus derivados, pescado, carne de res, ropa, zapatos, artesanías, etc. De acuerdo a su aspecto físico pueden clasificarse de la siguiente forma:

-Mercados Formales: Funcionan dentro de los edificios de la municipalidad, con condiciones higiénicas y sanitarias adecuadas, pueden ser minoristas o mayoristas.

-Mercado mayorista

Son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

-Mercado Minorista

Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.

- Mercados Informales:

Su característica principal es que son un conjunto de comerciantes ubicados en las calles, que no tienen ninguna conexión física con un mercado formal. Son mercados que surgieron espontáneamente a mitad de camino entre la zona de consumo y los mercados formales, causando problemas en las vías de circulación durante la mañana y parte de la tarde.

- **Desbordamientos:** Es el conjunto de comerciantes que se ubican en los alrededores de los mercados formales constituyendo un todo continuo. Están localizados en las calles adyacentes a los mercados formales. Este tipo de ventas arruinan el ornato de la ciudad y además cambian el uso del suelo.

- **Mercado Espontáneo:** Grupo de comerciantes pequeño que inicialmente se forma con ventas de verdura, fruta y algún tipo de granos. Fruto de una necesidad en el sector.

Tienen la característica de crecer en corto tiempo y tender a convertirse en un mercado informal (institucionalizarse), se ubica en banquetas, áreas abiertas y en algunos casos en arriates.

- **Mercado Móvil:** Mercado que se realiza en un furgón o pick ups. Existe en el interior de nuestro país, se utiliza para abastecer de alimentos a los asentamientos humanos de escasos recursos donde no existe ningún tipo de infraestructuras de servicios.

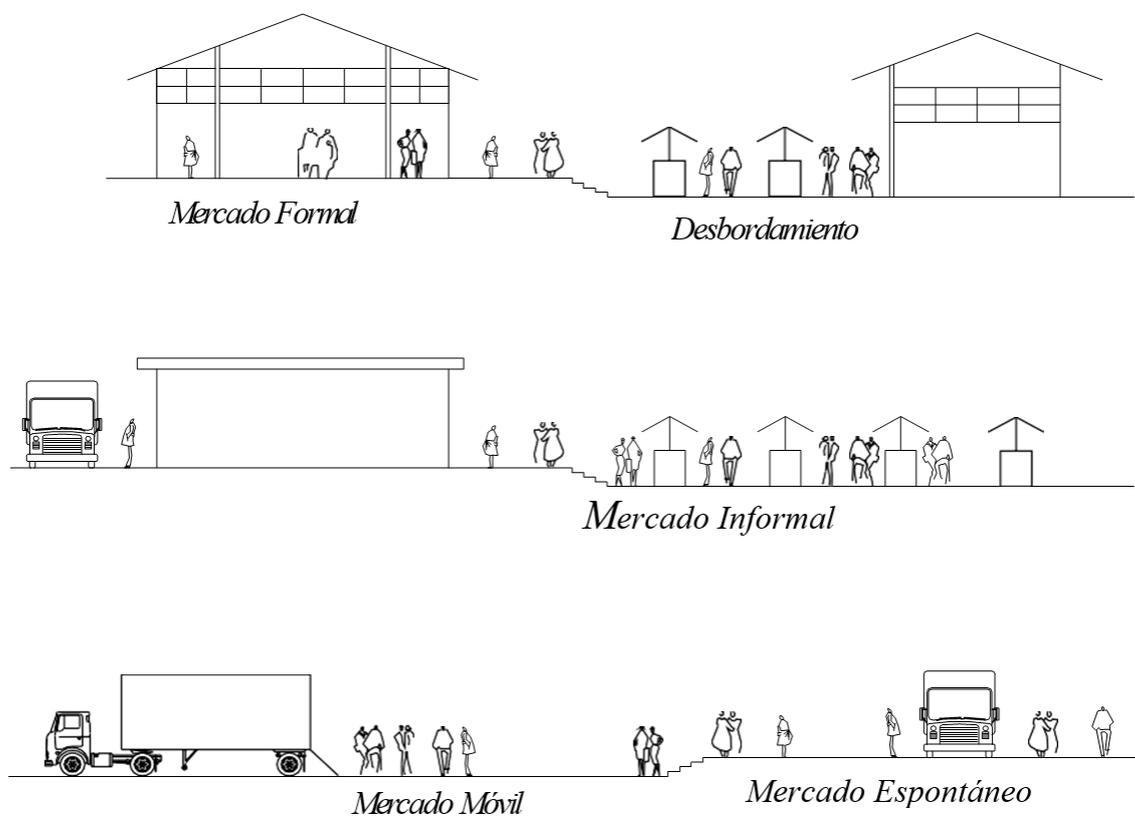


Ilustración N1°: Tipos de Mercado

Fuente: tesista/2018

11.3.13 Mercado por afluencia de Población

- **Mercado Metropolitano:** Éste por su ubicación estratégica sirve a usuarios de todos los puntos de una ciudad, los consumidores están dispersos en toda el Área Metropolitana.
- **Mercado Sectorial:** Su demanda proviene de áreas ubicadas a más de un kilómetro, el usuario puede llegar a pie o en automóvil, está atendido por un sistema de transporte colectivo urbano y extraurbano.
- **Mercado Cantonal:** Este tipo de mercado da servicio a personas que habitan en un radio no mayor a un kilómetro (usuarios directos), también llamado mercado de barrio, ya que pueden desplazarse a pie los usuarios hacia el mercado o en automóvil a una distancia que se recorre en un tiempo no mayor a diez minutos.

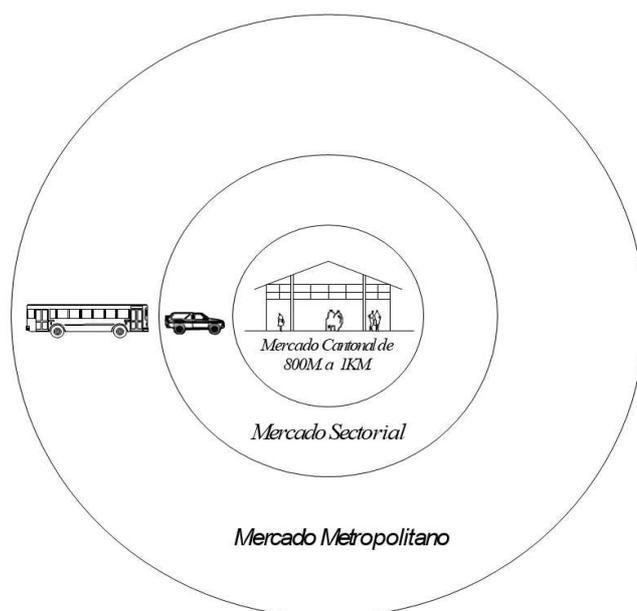


Ilustración N2°: Rangos de los mercados

Fuente: tesista/2018

- Rango uno, Mercado Cantonal, se puede llegar caminando, debido a que su recorrido no excede al kilómetro de trayecto
- Rango dos, Mercado Sectorial, se hace necesario el uso del transporte vehicular.
- Rango tres, Mercado Metropolitano, es necesario el uso del transporte, debido a que su recorrido es de mayor longitud.

11.3.14 Mercado Multifuncional

El concepto de mercado que se maneja en la actualidad, ha cambiado respecto al que se manejaba años atrás. Antiguamente, se consideraba mercado al lugar en el cual se reunían compradores y vendedores a intercambiar diferentes bienes y servicios disponibles en el lugar. Aunque este tipo de mercados aún existen en muchas regiones, en este momento no se puede limitar el concepto de mercado a este caso en particular.

El desarrollo de nuevas tecnologías, de nuevos productos, ha permitido que dicho concepto se vaya moldeando y generando una tipología de mercado que dé más facilidades de adquisición a los ciudadanos.

Actualmente, se puede definir un mercado como el espacio, la situación o el contexto en el cual se lleva a cabo el intercambio, la venta y la compra de bienes, servicios o mercancías por parte de unos compradores que demandan esas mercancías y tienen la posibilidad de comprarlas, y los vendedores que ofrecen éstas mismas.

A partir del texto anterior podemos definir a un mercado multifuncional como la estructura o espacio público que integra los diferentes tipos de comercios y emprendimientos que se pueden dar en las ciudades, estos comercios van desde la venta tradicional de frutas, verduras, carnes, mariscos hasta venta de ropa, artesanías y alquiler de oficinas, se lo considera como una edificación comercial integradora que busca el desarrollo de los ciudadanos y mejorar la actividad comercial facilitando y dando alcance de una variedad de productos a los usuarios en una misma estructura pero manteniendo una organización arquitectónica desde todos los aspectos como circulación, accesos, estacionamientos y localidades correctamente zonificadas por el tipo de producto. Todo esto aplicando las tecnologías que se han desarrollado si perder a esencia del mercado como un espacio público y sociocultural en donde las personas pueden formar relaciones y vínculos sociales lo cual siempre ha sido el mantra de los mercados en la historia del ser humano.

11.4 Marco Jurídico.

11.4.1 Constitución de la República del Ecuador

11.4.2 El plan del buen vivir

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 es nuestro tercer plan a escala nacional. Está nutrido de la experiencia de los dos anteriores. Contiene 12 objetivos que expresan la voluntad de continuar con la transformación histórica del Ecuador. El Plan Nacional para el Buen Vivir está destinado a ser un referente en Latinoamérica, pues la región está viendo resultados concretos en el caso ecuatoriano. El éxito del gobierno depende de que sigamos esa hoja de ruta sin desviarnos, aunque nos topemos con obstáculos. Las revoluciones que plantea esta hoja de ruta son: la equidad, el desarrollo integral, la Revolución Cultural, la Revolución Urbana, la Revolución Agraria y la Revolución del Conocimiento. (SENPLADES, 2013)⁴⁴

Objetivo#3: Mejorar la calidad de vida de la población

Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.⁴⁵

Objetivo#5: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

El compromiso del Estado es promover políticas que aseguren las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad. La construcción de una identidad nacional en la diversidad requiere la constante circulación de los elementos simbólicos que nos representan: las memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible.⁴⁶

⁴⁴ SENPLADES. (2013). *Buen Vivir/Versiones del plan nacional*. Recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec>

⁴⁵ SENPLADES. (2013). *Buen Vivir/Versiones del plan nacional*. Recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec>

⁴⁶ SENPLADES. (2013). *Buen Vivir/Versiones del plan nacional*. Recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec>

Objetivo#9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.

11.4.3 Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN 2687:2013.

Mercados saludables: Requisitos, localización, diseño y construcción

Objetivo

Esta norma establece los requisitos y prácticas que deben cumplir los mercados para la comercialización y/o elaboración de alimentos inocuos aptos para el consumo humano.

Alcance

Esta norma aplica a todos los mercados mayoristas y mercados minoristas que realizan actividades de adquisición, recepción, manipulación, preparación, comercialización, almacenamiento, y transporte de alimentos a nivel nacional. Se excluyen las ferias libres, plataformas de comercialización, supermercados y micro mercados.

11.4.4. Requisitos en la Ubicación

- El mercado debe estar alejado de fuentes de contaminación que representen riesgo para la inocuidad de los alimentos, en particular de zonas propensas a inundaciones y zonas industriales,

11.4.5 Requisitos relativos a la infraestructura y a su diseño

- El mercado debe contar con infraestructura física, que impida el ingreso de animales y facilite el control de plagas, así como otros elementos del ambiente exterior como polvo y materias extrañas, con la finalidad de mantener las condiciones sanitarias.⁴⁷

⁴⁷ INEN. Instituto Ecuatoriano de Normalización- Requisitos para mercados saludables

- La construcción debe ser sólida y disponer de espacio suficiente para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos y puestos de comercialización, así como para el movimiento del personal, usuarios y el traslado de materiales y alimentos,
- El mercado debe brindar facilidades para la higiene personal.
- El diseño y la distribución del mercado debe permitir un mantenimiento, limpieza y desinfección de la infraestructura que minimice el riesgo de contaminaciones.
- El mercado debe contar con una guardería para el cuidado de los hijos de los trabajadores/as de los mercados.
- El mercado debe contar con un sistema de drenaje para las aguas lluvias y las aguas residuales.

11.4.5 Área y estructuras internas

- El mercado debe ser distribuido y señalizado de manera que facilite el flujo de trabajo siguiendo de preferencia el principio de flujo hacia delante. La señalización debe realizarse de acuerdo a la NTE INEN 439.
- Las áreas internas del mercado deben estar divididas en zonas o giros según el nivel de higiene dependiendo de los riesgos de contaminación y de los alimentos.
- Los pisos, paredes y techos deben ser construidos de materiales impermeables, no porosos que permitan la limpieza y mantenimiento.
- Las paredes de los puestos de comercialización deben tener una superficie lisa de baldosa o pintura lavable hasta una altura mínima de 2 m.
- Las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, deben ser de materiales que no contengan sustancias tóxicas y deben estar diseñados para el uso previsto, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar.⁴⁸
- Los pisos deben ser de material antideslizante y liso, resistente a los golpes, libres de roturas y grietas.

⁴⁸ INEN. Instituto Ecuatoriano de Normalización- Requisitos para mercados saludables

- Los pisos deben tener una pendiente mínima de 2 % que permita el drenaje de efluentes líquidos provenientes de la limpieza.
- Los drenajes del piso deben tener la protección adecuada, ser conducidos por cañerías y estar diseñados de forma tal que se permita su limpieza y mantenimiento. Donde sea requerido deben tener instalados el sello hidráulico, trampas de grasa y sólidos, con fácil acceso para la limpieza.
- Los techos, falsos techos e instalaciones suspendidas deben estar contruidos de manera que eviten la acumulación de suciedad, condensación, formación de mohos, desprendimiento de partículas y además faciliten su limpieza y mantenimiento.
- Las ventanas y aberturas deben ser contruidas de manera que eviten la acumulación de polvo o suciedad y en caso de comunicación con el exterior estar provistas de malla contra insectos.
- Los pasillos no deben ser utilizados como áreas de almacenamiento.

11.4.6 Iluminación y ventilación⁴⁹

- La iluminación puede ser natural y/o artificial, debe ser adecuada para permitir la realización de las tareas para que no comprometa la higiene de los alimentos y no alterar la visión de los colores de los alimentos que se venden.
- El sistema eléctrico debe estar en buen estado y contar con un generador alterno de energía eléctrica de encendido automático de acuerdo a los requerimientos energéticos del mercado.
- La ventilación puede ser natural o artificial, directa o indirecta para reducir al mínimo la contaminación de los alimentos transmitida por el aire.

11.4.7 Instalaciones sanitarias

- El mercado debe contar con instalaciones sanitarias como servicios higiénicos, duchas y vestidores dotados de facilidades higiénicas, en cantidad suficiente e independiente para hombres y mujeres de acuerdo a lo detallado en el Anexo A y con accesibilidad para personas con discapacidad según la NTE INEN 2293.

⁴⁹ INEN. Instituto Ecuatoriano de Normalización- Requisitos para mercados saludables

11.4.8 Requisitos relativos a los servicios

11.4.8.1 Suministro de agua

- El mercado debe disponer de un sistema de abastecimiento continuo de agua potable, en caso de no contar con el abastecimiento continuo se debe disponer de instalaciones para el almacenamiento, distribución y asegurar la calidad del agua.
- El agua potable debe cumplir con lo establecido en la NTE INEN 1108, se debe realizar análisis de la calidad microbiológica y composición físico-química del agua al menos dos veces al año en laboratorios acreditados para verificar su cumplimiento.
- En caso de existir un sistema de abastecimiento de agua no potable debe ser independiente y estar identificado, el agua no potable se podrá utilizar para el sistema contra incendios, generación de vapor, refrigeración y otras aplicaciones similares que no contaminen los alimentos.

11.4.9 Desechos líquidos y drenaje

- El mercado debe tener un sistema de eliminación de desechos líquidos, que cuente con dispositivos de separación de grasa instalados individual o colectivamente, previo a la descarga de efluentes, de acuerdo a la normativa vigente.
- Los drenajes y sistemas de disposición de efluentes deben ser diseñados y construidos para evitar la contaminación de los alimentos, del agua potable o de las fuentes de agua potable almacenadas en el mercado.⁵⁰

11.4.10 Desechos sólidos

- El mercado debe contar con un sistema de recolección diferenciada interna de desechos (orgánicos e inorgánicos), almacenamiento provisional en un área específica cubierta, con piso impermeable, con ventilación y señalización, accesible para su recolección y su posterior disposición final.

⁵⁰ INEN. Instituto Ecuatoriano de Normalización- Requisitos para mercados saludables

ANEXO A

A.1 Baterías sanitarias en comercios y oficinas⁵¹

A.1.1 Para la dotación de servicios sanitarios en comercios se considerará lo siguiente:

- Para comercios con área de hasta 100 m² de área utilizable: media batería de uso privado.
- Para comercios agrupados o no en general, mayores a 100 m² y hasta 1 000 m² de área utilizable: media batería de uso y acceso público por cada 250 m² de área utilizable, distribuidos para hombre y mujeres.
- Para comercios agrupados o no en general, mayores a 1 000 m² y menores a 5 000 m² de área utilizable, con excepción de las áreas de bodegas y parqueos, serán resueltos con baterías sanitarias de uso y acceso público distribuidas para hombres y mujeres, a través de la siguiente norma:
 - 1 inodoro por cada 500 m² de área utilizable o fracción mayor al 50 %.
 - 2 lavabos por cada cinco inodoros.
 - 2 urinarios por cada cinco inodoros de hombres, al que se añadirá un urinario de niños por cada dos de adultos.
 - Una estación de cambio de pañales de 0,60 metros x 0,60 metros, que estará incorporada en el área de lavabos de las baterías sanitarias de mujeres.
 - Se incluirá una batería sanitaria adicional para personas con movilidad reducida, según lo especificado en la NTE INEN 2293

11.4.11 Normas y coeficientes de uso

- Norma de uso, 12-16m² por puesto.
- Capacidad por unidad, 120-160 habitantes por puesto.
- Dimensión operativa óptima: 120-180 puestos, la capacidad de un mercado es de 70 puestos por cada 10.000 habitantes; 350 puestos por cada 50.000 habitantes.

⁵¹ INEN. Instituto Ecuatoriano de Normalización- Requisitos para mercados saludables

- Estacionamiento, 1 parqueo por cada 5 puestos.
- Superficie del terreno. - 3.500-5.000 m².
- La localización de los mercados debe ser a nivel de barrio, el radio de uso es de 670m.

11.4.12 Circulaciones Mínimas para Mercados:

- Persona circulando o parada en corredores, mínimo 0,75m
- Persona comprando de pie o sentada en corredores, mínimo 0,50m

De estas medidas se obtienen los anchos mínimos para los corredores:

- Corredores de primera categoría deben ser de 4,00 metros mínimo.
- Corredores de segunda categoría deben ser de 2,00 metros mínimo.
- Corredores de tercera categoría deben ser de 1,25 metros mínimo.

11.4.13 Servicio médico de emergencia:

Todo comercio con 'área' de más de 1.000 m². deber tener un local de servicio médico de emergencia dotado del equipo necesario para primeros auxilios con un 'área' mínima de 36 m².

11.4.14 Compatibilidad de mercados con uso de suelo:

- Residencial: El mercado es compatible con el uso residencial alto, con restricciones en el medio e incompatible con el uso residencial bajo.
- Industrial: El Mercado es indiferente con este uso de suelo.
- Vialidad: Es compatible ya que el mercado debe tener vías de accesos importantes.
- Recreación: La compatibilidad con el Mercado es indiferente.

11.4.15 Accesibilidad y requisitos para la circulación vertical⁵²

Escaleras

Conjunto de tres o más peldaños que solventan un cambio de nivel. Los elementos físicos constitutivos de las escaleras son:

⁵² INEN. Instituto Ecuatoriano de Normalización- accesibilidad vertical- escaleras 2249

- a) los peldaños conformados por: huella, contrahuella, ancho de circulación,
- b) los pasamanos,
- c) descanso.

Requisitos generales.

-El diseño de una escalera debe contemplar el espacio de circulación constituido por: el ancho de paso, y la altura de paso.

-Para el uso de la escalera para personas con movilidad reducida, debe tomarse en cuenta las áreas de maniobra.

-El ancho mínimo libre de paso para escaleras debe ser de 1 200 mm, comprendido entre pasamanos.

Dimensiones

a) Peldaños

- Las relaciones dimensionales entre huella y contrahuella son aquellas que resultan de aplicar la fórmula:

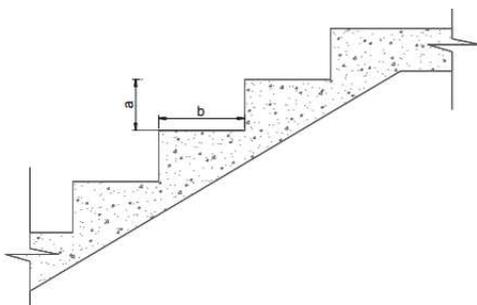
$$600 \text{ mm} \leq 2 a + b \leq 660 \text{ mm} \text{ donde:}$$

a = es la contrahuella en mm;

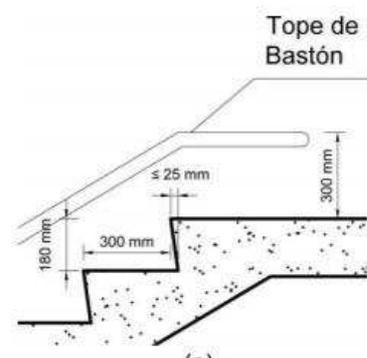
b = es la huella en mm.

- La dimensión mínima de la huella debe ser de 280 mm;

- La dimensión máxima de la contrahuella debe ser de 180 mm en escaleras con acceso al público.



*Imagen N5°: Huella y contra huella
Fuente: Normas INEN 2249- Escaleras*



*Imagen N6°: Huella y contra huella medidas
Fuente: Normas INEN 2249- Escaleras*

b) Tramo

- Las escaleras de uso particular pueden tener tramos continuos, sin descanso, de hasta 15 escalones;
- Las escaleras con acceso al público deben tener tramos continuos sin descanso de hasta 10 escalones.

c) Descanso

- Los descansos deben tener el ancho mínimo coincidente con el ancho de la escalera.
- El ancho libre de la escalera debe mantenerse en el descanso y el área de circulación no debe ser invadida o utilizarse con equipamiento, mobiliario u otros usos.
- En escaleras con acceso al público el área correspondiente al descanso no puede ser ocupada por peldaños.
- Escaleras compensadas no pueden ser utilizadas en áreas con acceso al público.⁵³

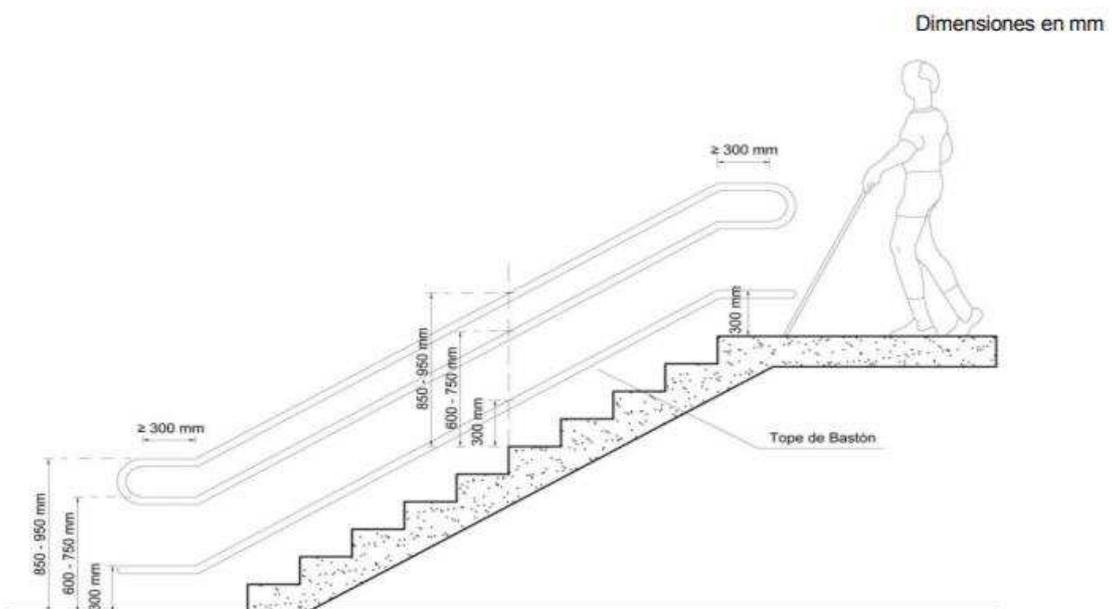


Imagen N7°: Sección de escalera

Fuente: Normas INEN 2249- Escaleras

⁵³ INEN. Instituto Ecuatoriano de Normalización- accesibilidad vertical- escaleras –archivo 2249 pág. 5

11.4.16. Ley orgánica de discapacidades Ecuador

(suplemento -- registro oficial no 796 -- martes 25 de septiembre del 2012)

Entre la Ley Orgánica de Discapacidades, existen artículos y principios que fundamentan este proyecto: (Ecuador, 2012)⁵⁴

Capítulo segundo de los principios rectores y de aplicación

Artículo 4.- Principios fundamentales. - La presente normativa se sujeta y fundamenta en los siguientes principios:

7. Participación e inclusión: el gobierno o las autoridades garantizaran la participación de las personas con discapacidad en la toma de decisiones y la participación de ellos en todo aquello que como persona legal tiene derecho. Y son las autoridades las que se encargaran de busca la manera más efectiva para que ellos puedan ejercer el derecho al voto mediante soluciones para que ellos asistan.

8. Accesibilidad: Las autoridades garantizaran que las personas con discapacidades tengan acceso al entorno físico, la información, transporte y todos los servicios e instalaciones que estén abiertas al público o de uso privado en zonas urbanas como también rurales y que se deben eliminar todo tipo de barreras que obstaculicen la circulación fluida de las personas con discapacidad.

Artículo 58.- Accesibilidad. - Este articulo especifica que las personas con discapacidad gozaran de plenos derechos y que su accesibilidad y utilización de los bienes y los servicios públicos y privados de la sociedad será garantizada, y que se deben eliminar las barreras arquitectónicas que impida que se desenvuelvan de manera normal y de esta manera integrarse a la sociedad de manera normal.

⁵⁴ Ecuador, A. N. (2012). *LEY ORGANICA DE DISCAPACIDADES*. Quito: *asamblea nacional del ecuador*.

También se especifica que, dentro de cualquier tipo de construcción, obra se deben implementar accesos y medios de circulación para que se puedan desplazar sin ningún tipo de dificultad, los encargados de hacer que se cumplan los derechos de las personas con discapacidad dictadas por el (INEN). Los estacionamientos públicos y privados deberán tener espacios para vehículos que transporten o sean conducidos por personas con discapacidad. El porcentaje señalado en los incisos anteriores no será inferior al dos por ciento (2%) del total de parqueos regulares de la edificación o de la zona tarifada. (Ecuador, 2012)⁵⁵

11.4.17 Acceso a los servicios higiénicos

Distribución

La dotación y distribución de los cuartos de baño, determina las dimensiones mínimas del espacio para que los usuarios puedan acceder y hacer uso de las instalaciones con autonomía o ayudados por otra persona; se debe tener en cuenta los espacios de actividad, tanto de aproximación como de uso de cada aparato y el espacio libre para realizar la maniobra de giro de 360°, es decir, una circunferencia de 1 500 mm de diámetro, sin obstáculo al menos hasta una altura de 670 mm, para permitir el paso de las piernas bajo el lavabo al girar la silla de ruedas, ver figuras 1, 2 y 8.

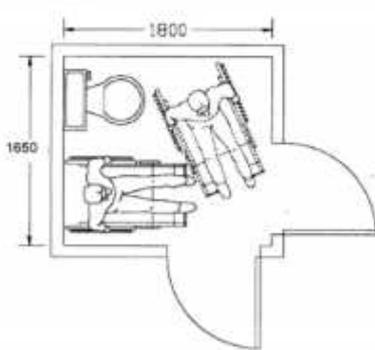


Imagen N8°: sanitario
Fuente: Normas INEN

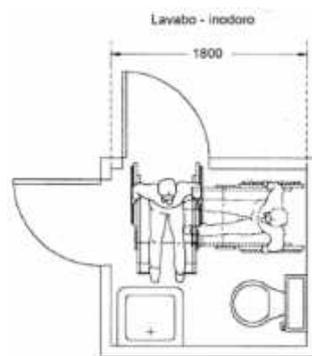


Imagen N9°: s/h
Fuente: Normas INEN

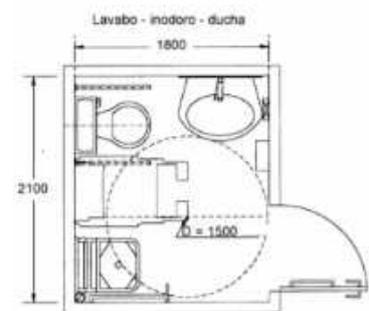


Imagen N10°: distribución
Fuente: Normas INEN

⁵⁵ Ecuador, A. N. (2012). LEY ORGANICA DE DISCAPACIDADES. Quito: asamblea nacional del ecuador.

11.5 Modelo de repertorio.

11.5.1 Repertorio Nacional

Mercado Abdón Calderón en Portoviejo (Análisis Nacional).



Imagen N11°: Mercado central de Portoviejo

Fuente: GAD de Portoviejo

Descripción

Después del terremoto de abril de 2016, centenas de comerciantes perdieron sus fuentes de ingreso, lo que agravó la situación de sus familias. Por ello se vieron obligados a adecuar espacios comerciales que no contaban con las condiciones ni las garantías necesarias para ejercer su trabajo.

El nuevo Mercado Central de Portoviejo busca promover la reactivación económica de Manabí. Este nuevo espacio mejorará sustancialmente las condiciones en las que se desempeñan los comerciantes de la ciudad, brindando un espacio cómodo, moderno y seguro.

Aspecto Formal

En cuanto al aspecto formal podemos observar que la edificación se basa en una obra monolítica, que usa elementos que sirven estructuralmente como detalles de las fachadas, los cuales son las columnas metálicas que al tener cierto grado de inclinación le da un poco de carácter a la edificación, sus ingresos están muy bien marcados y jerarquizados por elementos

de piedras, todas sus fachadas son ventiladas por mallas que forman el cerramiento y que funcionan a la vez como paredes livianas.

Las cubiertas son convexas de tal manera que generan cierto movimiento en las fachadas además de que son separadas por ciertas alturas que funcionan para ventilar los espacios internos.



*Imagen N12°: Fachada principal
Fuente: GAD de Portoviejo*



*Imagen N13°: Fachada lateral
Fuente: GAD de Portoviejo*

Aspecto Funcional (emplazamiento y planta baja)

Lo importante de la conceptualización del mercado ha sido considerar las vías de acceso, en un Axis comercial que llegara a ser muy importante para la ciudad para poder desarrollar una mejor comercialización de productos básicos en la ciudad.

El terreno ha sido dividido en dos partes principales, uno de ventas propiamente dicho y otro de servicios de carga-descarga y una gran área de parqueo que servirá para descongestionar totalmente el área y cubrir el gran déficit actual.

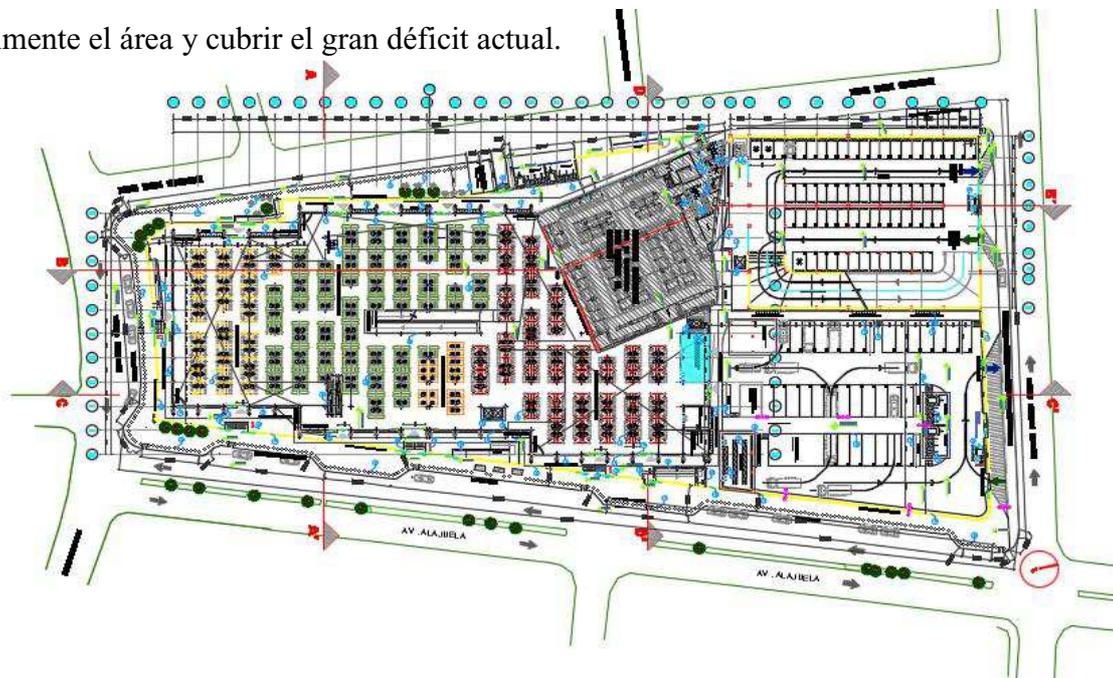


Imagen N14°: planta baja y emplazamiento

Fuente: GAD de Portoviejo

Los locales en planta baja

El mercado consta de la siguiente cantidad de locales:

- Genéricos: 170
- Proteicos: 130
- Abastos: 70
- Mariscos: 70
- Comida: 60
- Puestos no alimenticios: 50



Imagen N15°: locales genericos
Fuente: GAD de Portoviejo

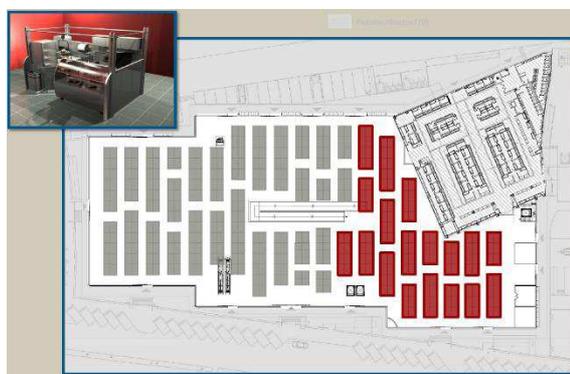


Imagen N16°: locales proteicos
Fuente: GAD de Portoviejo

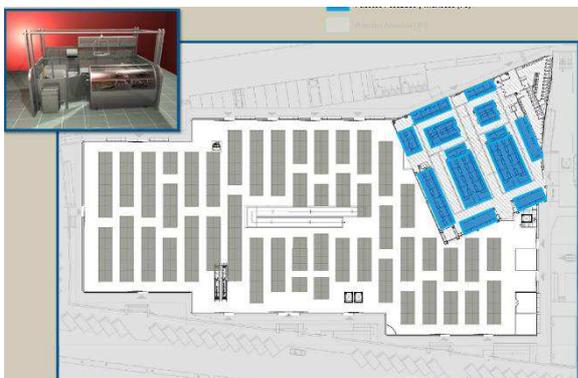


Imagen N17°: locales mariscos
Fuente: GAD de Portoviejo

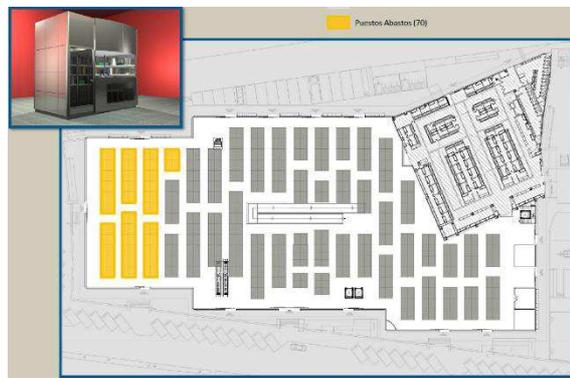


Imagen N18°: locales abarros
Fuente: GAD de Portoviejo

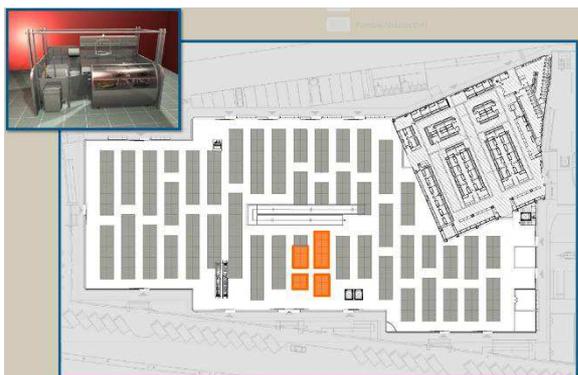


Imagen N19°: locales ocasionales
Fuente: GAD de Portoviejo

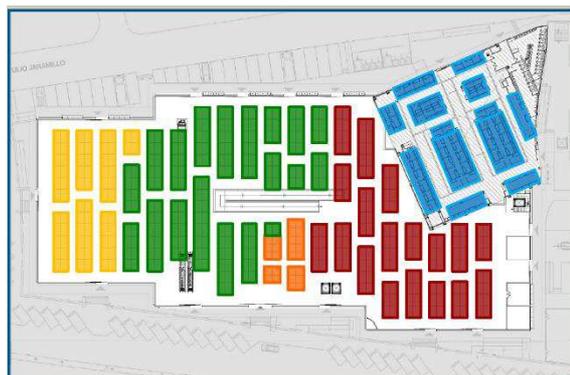


Imagen N20°: totalidad de locales
Fuente: GAD de Portoviejo

Aspecto Funcional (planta alta)

En la segunda planta se ha dispuesto el patio de comidas lo más cercano a las áreas de concesión y ventas de artículos varios a fin de generar una zona comercial intensa y muy ventilada, y con vistas agradables en altura y hacia el exterior a través de terrazas. Y la conectividad a esta planta está dada por escaleras, ascensores y rampas.

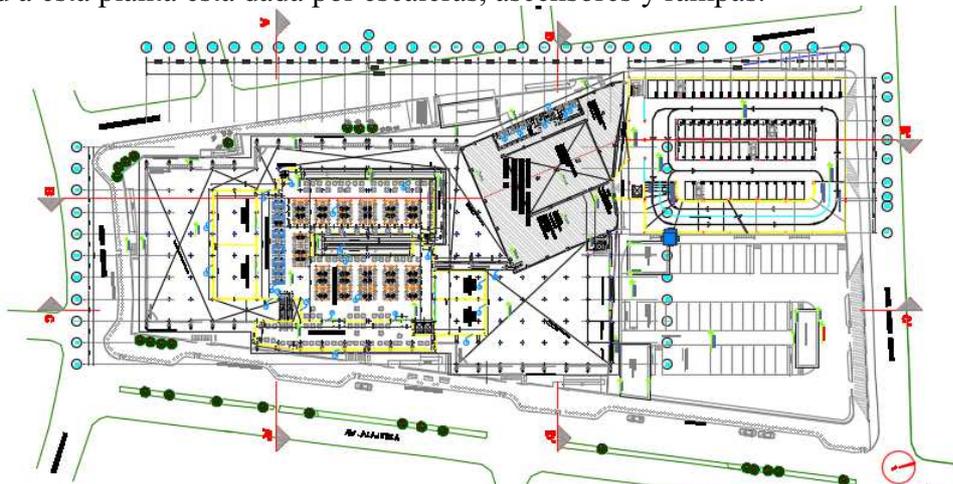


Imagen N21°: planta alta

Fuente: GAD de Portoviejo

Los locales en planta alta

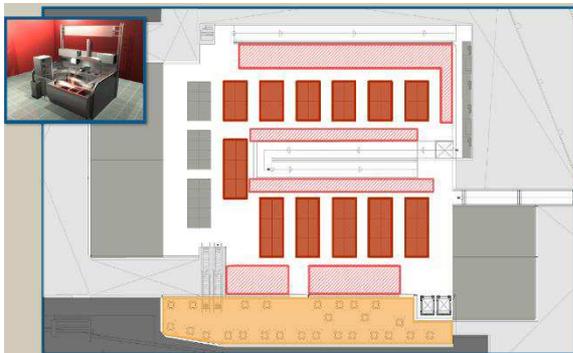


Imagen N22°: locales de comida

Fuente: GAD de Portoviejo

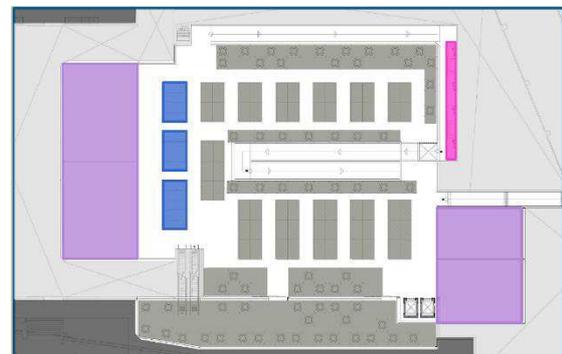


Imagen N23°: locales no alimenticios

Fuente: GAD de Portoviejo

El grafico #22 corresponde a los locales de comida los cuales están representados de color naranja oscuro mientras que naranja leve es el área de mesa exterior y la parte roja al área de mesas internas.

El grafico #23 corresponde a los locales no alimenticios de color azul, mientras que el púrpura son locales de concesión y el rosado son islas de concesión.

11.5.2 Repertorio Internacional

Mercado central de Abu Dhabi



Imagen N24°: planta alta

Fuente: Plataforma Arquitectura

Generalidades:

El mercado fue realizado por Foster + Partners en un área de 689416.00 m² y el mismo fue entregado en el año 2014.

Descripción

El Mercado Central de Abu Dhabi es uno de los sitios más antiguos de la ciudad. Inspirado en la arquitectura tradicional de Gulf, este esquema intenta reinventar el mercado, entregándole a la ciudad un nuevo centro cívico. A través de la oferta de una alternativa al centro comercial globalizado, este ofrece una interpretación distintiva de lo vernáculo de la región. Como una experiencia de compra, este proyecto combina tiendas boutiques con mercados culinarios y comercio de artesanía. Al igual que el zoco tradicional, estas experiencias diferentes se encuentran en una arquitectura interior de luz solar moteada, atrayendo colores y fondos, con ritmos cambiantes de plazas, patios y circulaciones.⁵⁶

⁵⁶ "Mercado Central de Abu Dhabi / Foster + Partners" [Abu Dhabi Central Market / Foster + Partners] 01 nov 2014. Plataforma Arquitectura. (Trad. Duque, Karina) Accedido el 10 Sep 2018. <<https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/756519/mercado-central-abu-dhabi-foster-plus-partners>> ISSN 0719-8914

Aspecto Formal

La arquitectura de esta monumental obra representa las tradiciones culturales y tipo de arquitectura del sector, podemos observar que es una construcción monolítica que posee varias torres que funcionan como hoteles y oficinas, las fachadas son totalmente simétricas, lineales y abiertas con celosías que hacen jugar con las luces internamente, los colores y texturas utilizadas no contrastan con la ciudad del desierto además que las que todas las fachadas poseen una textura con elementos o símbolos que rescatan de la escritura nacional, sin duda una obra increíble implantada en lugar que ya funcionaba como un mercado pero mejorado por la propuesta actual que ya se encuentra en funcionamiento.

Internamente se hace uso del mismo concepto de colores y texturas para evitar el contraste con el exterior, es un juego de volúmenes simples, pero con acabados que lo hacen resaltar entre los rascacielos de la Urbe.



*Imagen N25°: interior del mercado
Fuente: plataforma arquitectura*



*Imagen N26° exterior del mercado
Fuente: plataforma arquitectura*



*Imagen N27° exterior del mercado
Fuente: plataforma arquitectura*

Aspecto Funcional

Hasta seis meses del año el clima en la región es realmente placentero - confortable lo suficiente como para disfrutar de una tarde en el exterior. Esto inspiró una secuencia de rutas públicas y plazas en las que se resuelven los obstáculos tanto al interior como al exterior. Abierto durante la noche, al igual que durante el día, estos nuevos espacios entregan una importante avenida central a la ciudad durante los festivales y celebraciones y son climatizados naturalmente cuando las condiciones lo ameritan.

Para el resto del año, los espacios pueden cerrarse a través de paneles de cubierta que se deslizan para generar un ambiente interior controlado. Las perforaciones en el techo y los paneles interiores - un patrón desarrollado con una escuela de artes islámicas - continúan al exterior, transformando el edificio del podio en una fachada texturizada⁵⁷

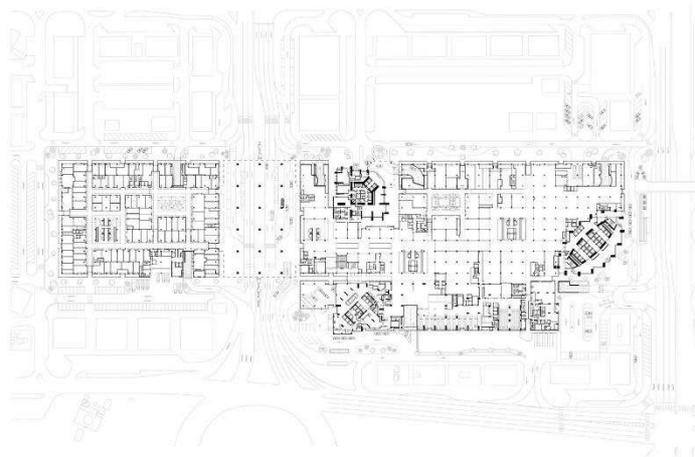


Imagen N28°: planta baja
Fuente: plataforma arquitectura

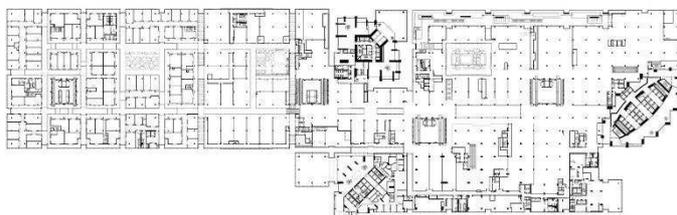


Imagen N29°: planta alta
Fuente: plataforma arquitectura

Las plantas están dadas por 6 subsuelos de estacionamientos y ya a nivel de la ciudad destacan las plantas en donde se desarrolla la vida comercial con locales que venden todo tipo de productos, todas las áreas se ven conectadas por espacios públicos como plazas y plazoletas además la circulación se da por elevadores, escaleras eléctricas y un sistema de rampas para discapacitados.

⁵⁷ "Mercado Central de Abu Dhabi / Foster + Partners" [Abu Dhabi Central Market / Foster + Partners] 01 nov 2014. Plataforma Arquitectura. (Trad. Duque, Karina) Accedido el 10 Sep 2018. <<https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/756519/mercado-central-abu-dhabi-foster-plus-partners>> ISSN 0719-8914

Sobresaliendo por encima de este denso "tapete", de grano cerrado, hay un grupo de edificios altos, que varían en altura y volumetría en función de si contienen oficinas, departamentos o una combinación de un hotel y departamentos con servicios. Visualmente forman una familia, con fachadas lisas y reflectantes diseñadas para necesitar poco mantenimiento en este desértico entorno polvoriento. Diversas capas protegen los interiores de las torres de control del deslumbramiento y la ganancia solar.⁵⁸

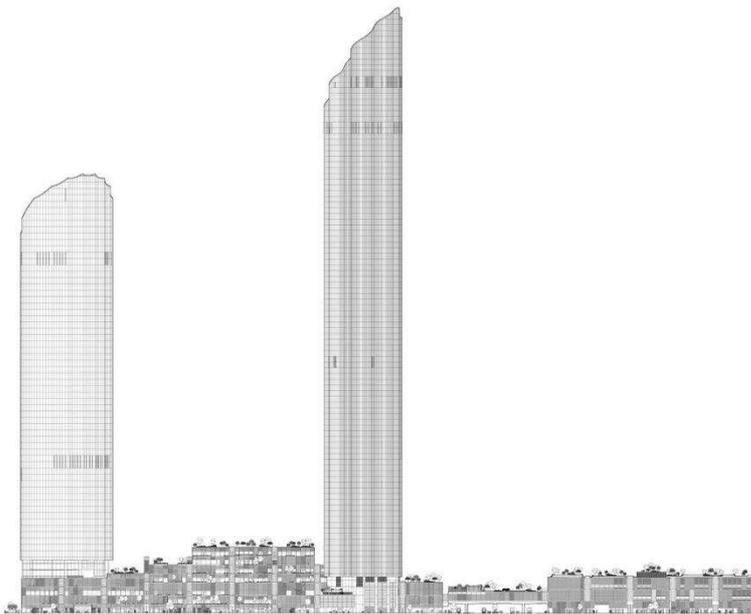


Imagen N30°: mercado y edificios
Fuente: plataforma arquitectura



Imagen N31°: interior de mercado
Fuente: plataforma arquitectura

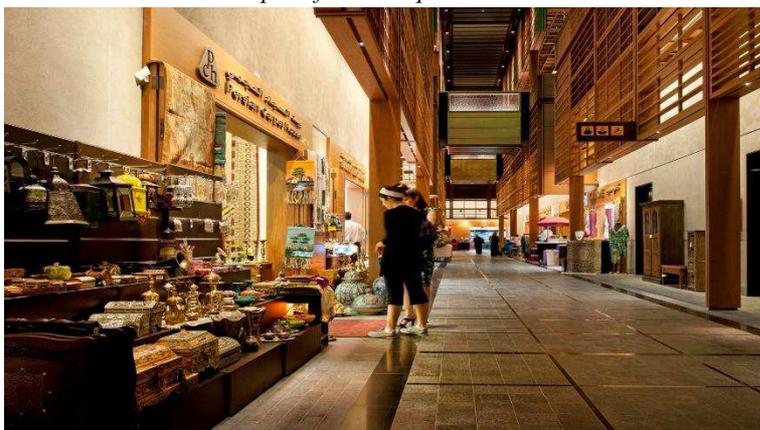


Imagen N32°: locales del mercado
Fuente: plataforma arquitectura

Los locales están dados por módulos conectados por pasillos amplios que generan sensación de los grandes centros comerciales

⁵⁸ "Mercado Central de Abu Dhabi / Foster + Partners" [Abu Dhabi Central Market / Foster + Partners] 01 nov 2014. Plataforma Arquitectura. (Trad. Duque, Karina) Accedido el 10 Sep 2018. <<https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/756519/mercado-central-abu-dhabi-foster-plus-partners>> ISSN 0719-8914

11.5.3 Repertorio regional

Mercado Corona Guadalajara-México

Descripción

Se define como un conjunto de usos mixtos, integrado por el mercado tradicional, área gastronómica y terraza para comensales, estacionamientos, oficinas y áreas de usos múltiples, azotea y terraza mirador para eventos.⁵⁹

Aspectos formales

La fachada de este mercado está integrada por portales, además de adaptaciones especiales para la sustentabilidad como celosías que protegen de los rayos del sol, azoteas verdes, paneles solares para la alimentación de energía eléctrica y dispositivos de eficiencia en iluminación. Su forma se concibe con estilo moderno y atrevido, esto con el fin de convertirlo en lugar turístico y que sirva de lugar de recreación para los visitantes del centro histórico. El tipo de celosías representa las alas de las palomas que son propias de corona, además el sistema estructural juega con la fachada dejando pilares vistos de color blanco. La forma en conclusión es un volumen simétrico y monolítico, pero con un toque de modernidad que lo hace contrastar con las edificaciones aledañas al mercado.



Imagen N33°: imagen aérea
Fuente: Plataforma Arquitectura



Imagen N34°: perspectiva
Fuente: Plataforma Arquitectura

⁵⁹ Mercado Corona (2017-2018). Lamina 2 De Mercado Corona/ Mexico - Guadalajara. Recuperado de <http://mercadocorona.guadalajara.gob.mx>



Imagen N35°: locales del mercado
Fuente: plataforma arquitectura

Podemos observar tres de sus fachadas que están totalmente equilibradas por la simetría de un volumen simple, pero con acabados y textura que hacen de él, algo admirable, el volado perimetral sin duda crea sombras que dan sanciones de confort y reduce el impacto de la escala debido a que se ven bien diferenciadas las plantas gracias a las celosías que rodean al mercado.

Aspectos funcionales

La organización, planeación y funcionalidad del mercado se conceptualiza como un conjunto comercial contemporáneo. Se trata de un proyecto que contempla 589 locales comerciales y un estacionamiento para 582 cajones de estacionamiento.⁶⁰



Imagen N36°: plantas de estacionamiento

Fuente: Plataforma Arquitectura

⁶⁰ Mercado Corona (2017-2018). Lamina 2 De Mercado Corona/ Mexico - Guadalajara. Recuperado de <http://mercadocorona.guadalajara.gob.mx>

Además de alrededor de nueve mil metros cuadrados de oficinas, se propone la peatonalización de las calles Santa Mónica y Zaragoza, en cuanto a la planta baja se la proyecta como elemento circulatorio urbano mediante los andadores en forma de X que confluyen al patio central y convirtiéndose en atajos de circulación peatonal y además es abierto por las 4 calles dando así mayor acceso para los usuarios.⁶¹



Imagen N37°: Planta baja - Nivel 1- Nivel 2

Fuente: Plataforma Arquitectura

Estas plantas están destinadas al comercio de la ciudad, aquí se da la actividad de compra y venta con locales dispuestos en circulación con forma de X, podemos observar que los locales se conectan con pasillos amplios y los niveles a través de ascensores y escaleras.

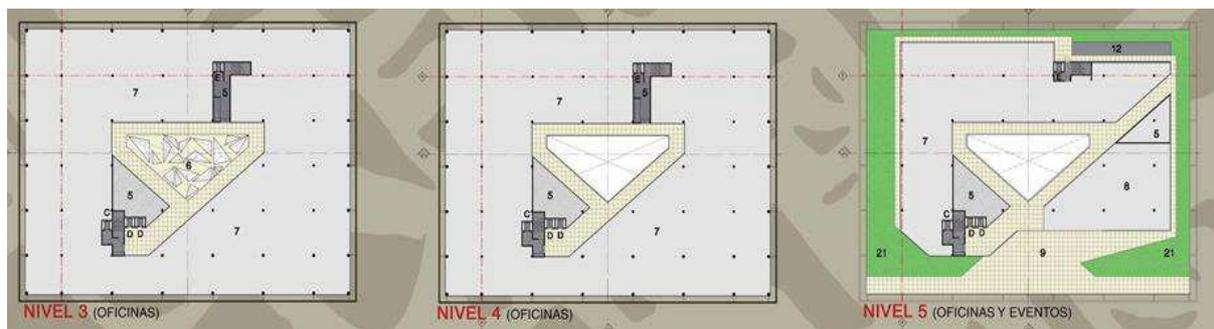


Imagen N38°: Nivel 3 - Nivel 4- Nivel 5

Fuente: Plataforma Arquitectura

Estos 3 últimos niveles comprenden al área de oficinas administrativas y de alquiler, además la última planta corresponde a una terraza que funciona para la realización de eventos propios del mercado o de la urbe.

⁶¹ Mercado Corona (2017-2018). Lamina 2 De Mercado Corona/ Mexico - Guadalajara. Recuperado de <http://mercadocorona.guadalajara.gob.mx>

Capítulo 2

12.- Diagnostico de la investigación

12.1 Información básica

Límites territoriales del cantón La Concordia

El cantón La Concordia está situado en la parte noroccidental del país, las ciudades cercanas son Santo Domingo y Quinindé. Está ubicado a 178 Kilómetros de distancia de la ciudad de Quito, capital de la República del Ecuador y a 40 kilómetros de Santo Domingo, capital de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.⁶²

Norte	Cantón Quinindé (Provincia de Esmeraldas) y Cantón Puerto Quito (Provincia de Pichincha)
Sur	cantón Santo Domingo (Santo Domingo de los Tsáchilas) y Cantón El Carmen en (Provincia de Manabí)
Este	Cantón Santo Domingo (Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas)
Oeste	Cantón Chone (Provincia de Manabí)

Tabla N 3° : Límites del Cantón La Concordia

Fuente: Elaborado por tesista/PDOT

Ubicación en el mapa

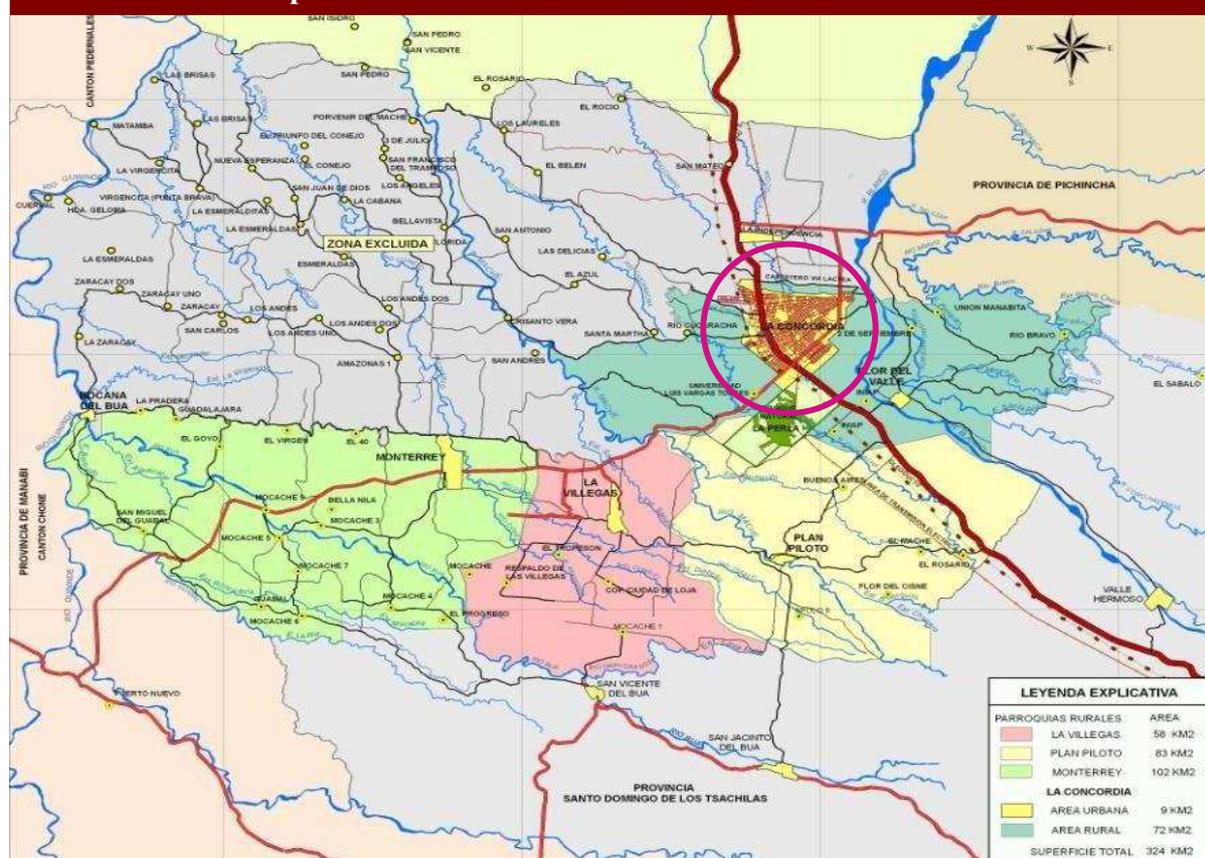


Imagen N39: Límites del Cantón La Concordia

Fuente: Elaborado por tesista/PDOT

⁶² PDOT La Concordia, mediante el acceso a información del GAD municipal

División política y administrativa

El cantón La Concordia está conformado por su cabecera cantonal La Concordia y tres parroquias rurales:

- La Villegas (10 km de distancia)
- Monterrey (15 km de distancia)
- Plan Piloto (32 km vía Quinindé)

UNIDAD TERRITORIAL	CABECERA/ PARROQUIAS	POBLACIÓN			SUPERFICIE Km ²
		Urbana	Rural	Total	
La Concordia	Área Urbana	29.003		29.003	9,9100
	Periferia		1.687	1.687	71,7895
Parroquias Rurales	Monterrey	2.767	2.746	5.513	57,2686
	La Villegas	3.186	1.161	4.347	103,1825
	Plan Piloto	922	1.148	2.070	81,8466
	Flor del Valle		304	304	
TOTAL		35878	7.046	42.924	**324,4600

Tabla N°4 : Límites del Cantón La Concordia

Fuente: Elaborado por tesista/PDOT

Análisis demográfico

La cabecera cantonal de La Concordia es el resultado de un proceso de colonización que expulsó población de distintos sectores del país como Pichincha, Loja, Manabí, Los Ríos, Esmeraldas, entre otras provincias.

Las estadísticas determinan que La Concordia tiene una población joven, 69% menor a 34 años, en la que está incluida la población infantil que no tienen espacios para su desarrollo cultural, limitándose acudir a los juegos electrónicos, cantinas, billares, salones de prostitución, que están ubicados en pleno centro de la ciudad, junto a escuelas y otros equipamientos contrastan con estas actividades⁶³.

⁶³ PDOT La Concordia, mediante el acceso a información del GAD municipal

Pirámide poblacional

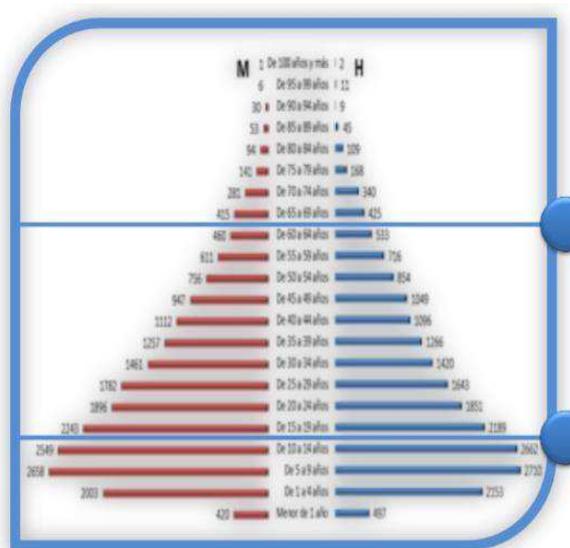


Imagen # 40 : Pirámide poblacional
Fuente: PDOT La Concordia

Grupo Quinquenal	Absoluto			%
	Mujer	Hombre	total	
De 100 años y mas	1	2	3	4,96
De 95 a 99 años	6	11	17	
De 90 a 94 años	30	9	39	
De 85 a 89 años	53	45	98	
De 80 a 84 años	94	109	203	
De 75 a 79 años	141	168	309	
De 70 a 74 años	281	340	621	
De 65 a 69 años	415	425	840	
De 60 a 64 años	400	533	933	
De 55 a 59 años	611	716	1327	
De 50 a 54 años	756	854	1610	
De 45 a 49 años	947	1049	1996	
De 40 a 44 años	1112	1096	2208	
De 35 a 39 años	1257	1266	2523	
De 30 a 34 años	1461	1420	2881	
De 25 a 29 años	1782	1643	3425	
De 20 a 24 años	1896	1851	3747	
De 15 a 19 años	2243	2189	4432	36,46
De 10 a 14 años	2549	2862	5411	
De 5 a 9 años	2658	2710	5368	
De 1 a 4 años	2003	2153	4156	
Menor de 1 año	420	497	917	
Total	21176	21748	42924	100,00

Imagen #41 : Pirámide poblacional
Fuente: PDOT La Concordia

Grupos etéreos del cantón La Concordia

GRUPOS	URBANO	RURAL	MONTERREY	VILLEGAS	PLAN PILOTO	FLOR DEL VALLE	TOTAL	%
< 1 año	783	204	56	60	16	7	1.126	2%
1 - 4	3.360	875	242	256	69	29	4.832	10%
5 - 9	4.005	1.043	289	305	83	35	5.760	12%
10 - 14	3.910	1.018	282	298	81	34	5.623	11%
15 - 19	3.478	906	251	265	72	30	5.001	10%
20 - 24	2.990	779	216	228	62	26	4.301	9%
25 - 29	2.718	708	196	207	56	24	3.908	8%
30 - 34	2.439	635	176	186	50	21	3.508	7%
35 - 39	2.148	559	155	164	44	19	3.089	6%
40 - 44	1.862	485	134	142	38	16	2.678	5%
45 - 49	1.592	415	115	121	33	14	2.289	5%
50 - 54	1.365	355	98	104	28	12	1.963	4%
55 - 59	1.089	284	79	83	22	9	1.566	3%
60 - 64	838	218	60	64	17	7	1.205	2%
65 - 69	600	156	43	46	12	5	863	2%
70 - 74	447	116	32	34	9	4	642	1%
75 - 79	305	79	22	23	6	3	439	1%
80 y más	352	92	25	27	7	3	506	1%
TOTAL	34.279	8.929	2.472	2.613	707	297	49.298	100%

Tabla N #5 : Grupos etéreos

Fuente: PDOT/GAD del cantón La Concordia

Actividades económicas desde 1990-2001-2011

RAMAS DE ACTIVIDAD	1990	%	2001	%	2011	%
Agricultura, caza, silvicultura y pesca	8.981	61,2%	7.366	47,6%	7.586	47,6%
Explotación de minas y canteras	11	0,1%	34	0,2%	35	0,2%
Industria manufacturera	661	4,5%	1.132	7,3%	1.166	7,3%
Electricidad, gas y agua	16	0,1%	11	0,1%	11	0,1%
Construcción	489	3,3%	729	4,7%	751	4,7%
Comercio al por mayor y menor, restaurantes y hoteles	1.510	10,3%	2.287	14,8%	2.355	14,8%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	398	2,7%	633	4,1%	652	4,1%
Intermediación financiera	40	0,3%	33	0,2%	34	0,2%
Actividad inmobiliaria Administración Pública y Defensa Enseñanza Servicio Social y Salud Otras actividades Comunitarias Hogares con servicio doméstico Organismos Extraterritoriales	2.066	14,1%	2.033	13,1%	2.094	13,1%
Trabajador nuevo	96	0,7%	89	0,6%	92	0,6%
No declarado	403	2,7%	1.136	7,3%	1.170	7,3%
PEA Total	14.671	100%	15.483	100%	15.946	100%
Población total	48.159	30,5%	45.232	34,2%	49.298	32,3%

Tabla #6: Ramas de actividad

Fuente: Elaborado por tesista/PDOT



Imagen#42: Agricultura



Imagen #43: Comercio



Imagen #44: Transporte

Si examinamos los porcentajes de las principales actividades económicas en la línea de tiempo establecida desde el año 1990- 2001 y 2011 vamos a encontrar con las siguientes particularidades

- Las actividades primarias siguen ocupando el mayor porcentaje de la PEA, pero mientras el año 1990 significó la ocupación del 61,2%, para el año 2001 esta participación disminuyó al 47,6%.⁶⁴

⁶⁴ PDOT La Concordia, mediante el acceso a información del GAD municipal

- La disminución de la PEA en actividades agropecuarias en cerca del 14% significó el crecimiento significativo de otras actividades económicas como el comercio que creció del 10,3% al 14,8%, la manufactura que creció del 4,5 al 7,3% y la construcción y el transporte que crecieron del 3,3 al 4,7% y del 2,7 al 4,1%, respectivamente.
- Este comportamiento económico se explica por la dinámica propia de la región y el Cantón que soportan un proceso acelerado de transferencia de actividades y población desde el área rural hacia los centros poblados y de éstos hacia el área urbana de La Concordia, es decir se produce una urbanización de la economía y de la sociedad concordense.⁶⁵

En base a los datos obtenidos de la tabla anterior podemos determinar que el porcentaje que ocupa cada sector económico dentro del cantón La Concorida y lo reflejamos a continuación:

Sector Económico	PEA
Primario	38.51%
Secundario	10.58%
Terciario	42.56%
No declarado	8,34%
Total	99,99%

Tabla #7: Sectores económicos

Fuente: Elaborado por tesista/PDOT

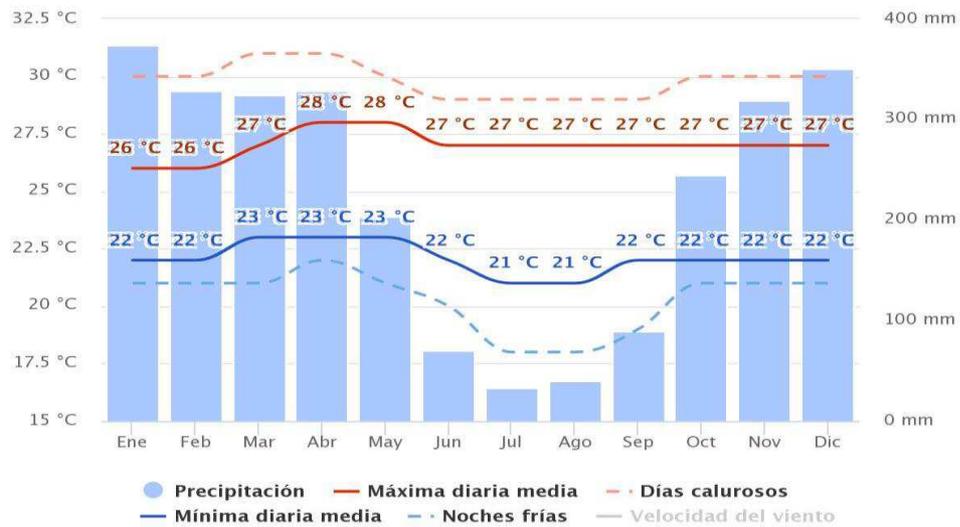
Estos datos fundamentan con más claridad el proyecto de un mercado que sirva como eje potencializador del sector primario y terciario los cuales ocupan mayor parte de la población económicamente activa de la ciudad, lo cual tendría de filtro económico una estructura comercial, multifuncional.

⁶⁵ PDOT La Concordia, mediante el acceso a información del GAD municipal

Análisis Climático

Temperaturas medias y precipitaciones

La "máxima diaria media" (línea roja continua) muestra la media de la temperatura máxima de un día por cada mes de La Concordia. Del mismo modo, "mínimo diaria media" (línea azul continua) muestra la media de la temperatura mínima. Los días calurosos y noches frías (líneas azules y rojas discontinuas) muestran la media del día más caliente y noche más fría de cada mes en los últimos 30 años.



Imagen#45 : Temperatura y precipitaciones

Fuente: Metro blue

Temperaturas máximas

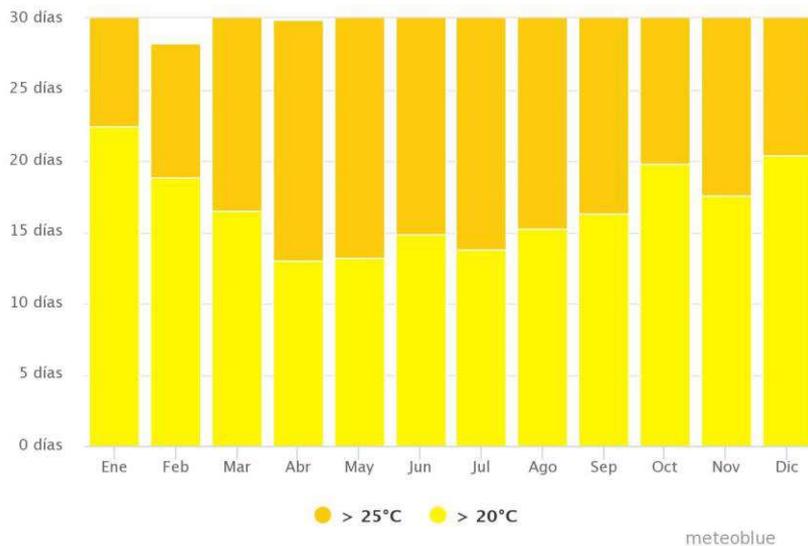


Imagen #46 : Temperaturas maximas

El diagrama de la temperatura máxima en La Concordia muestra cuántos días al mes llegan a ciertas temperaturas teniendo así el mes más caluroso a mayo y el más frío enero.

Fuente: Metro blue

Cantidad de precipitaciones

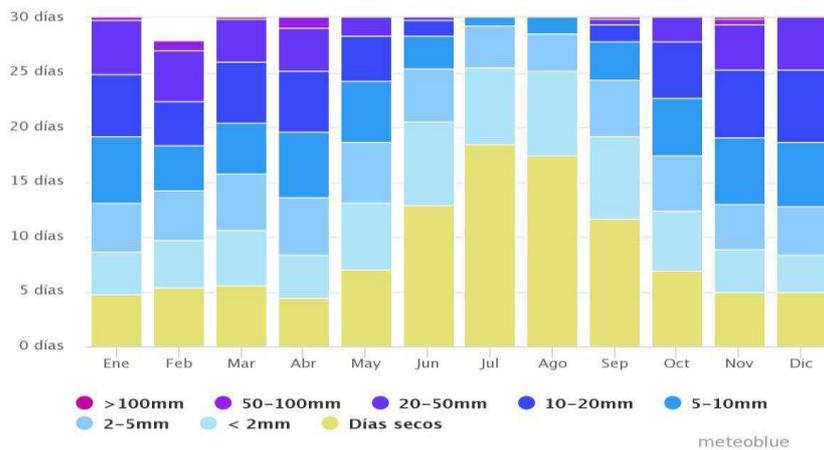


Imagen # 47 : Precipitaciones

El diagrama muestra como que el mes de abril es el más lluvioso mientras que el mes más seco pasa a ser julio hasta con 20 dias sin ninguna precipitación.

Fuente: Metro blue

Velocidad de los vientos



Imagen #48 : Velocidad de los vientos

El diagrama muestra que los vientos más fuertes se dan en agosto y septiembre donde los primeros días pueden alcanzar velocidades de hasta 28 km/h mientras que el resto del mes varían de 12 a 19 km/h

Fuente: Metro blue

Rosa de los vientos

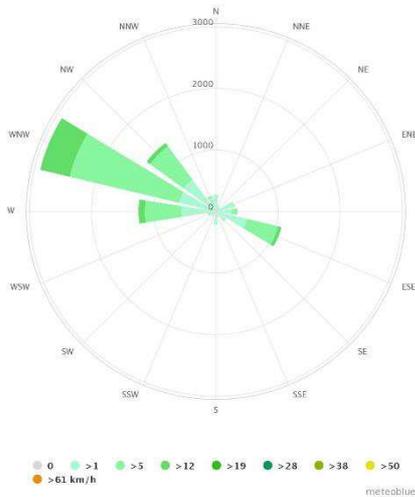


Imagen # 49: Rosa de los vientos

La Rosa de los Vientos para La Concordia muestra el número de horas al año que el viento sopla en la dirección indicada, la mayor parte de los vientos sopla en dirección norte- oeste alcanzado velocidades de 19km/h mientras que una menor parte sopla en dirección sur- este alcanzando velocidades de hasta 12 km /h, teniendo vientos más leves en el sector sur-este del cantón

Relieve del cantón La Concordia

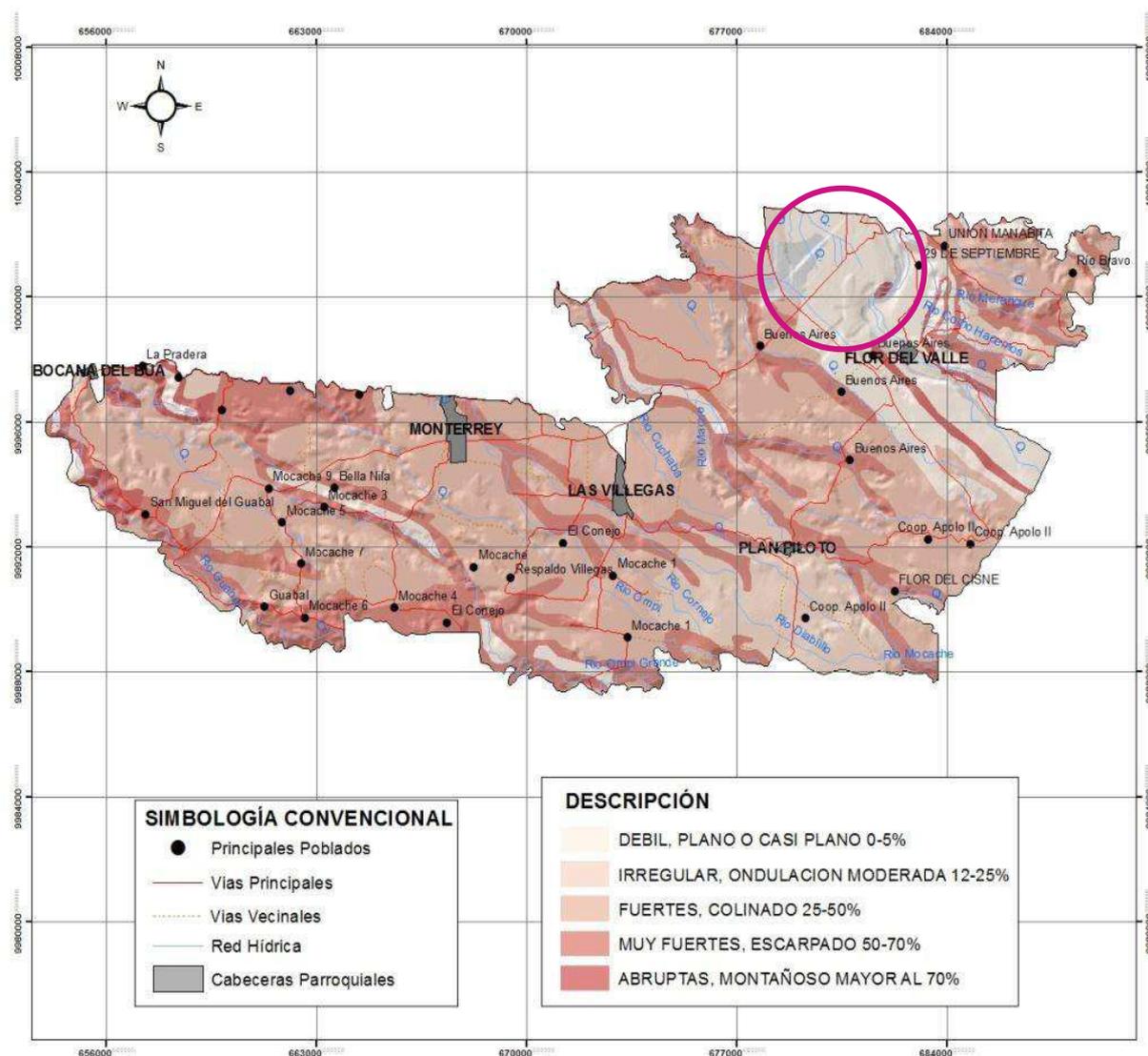


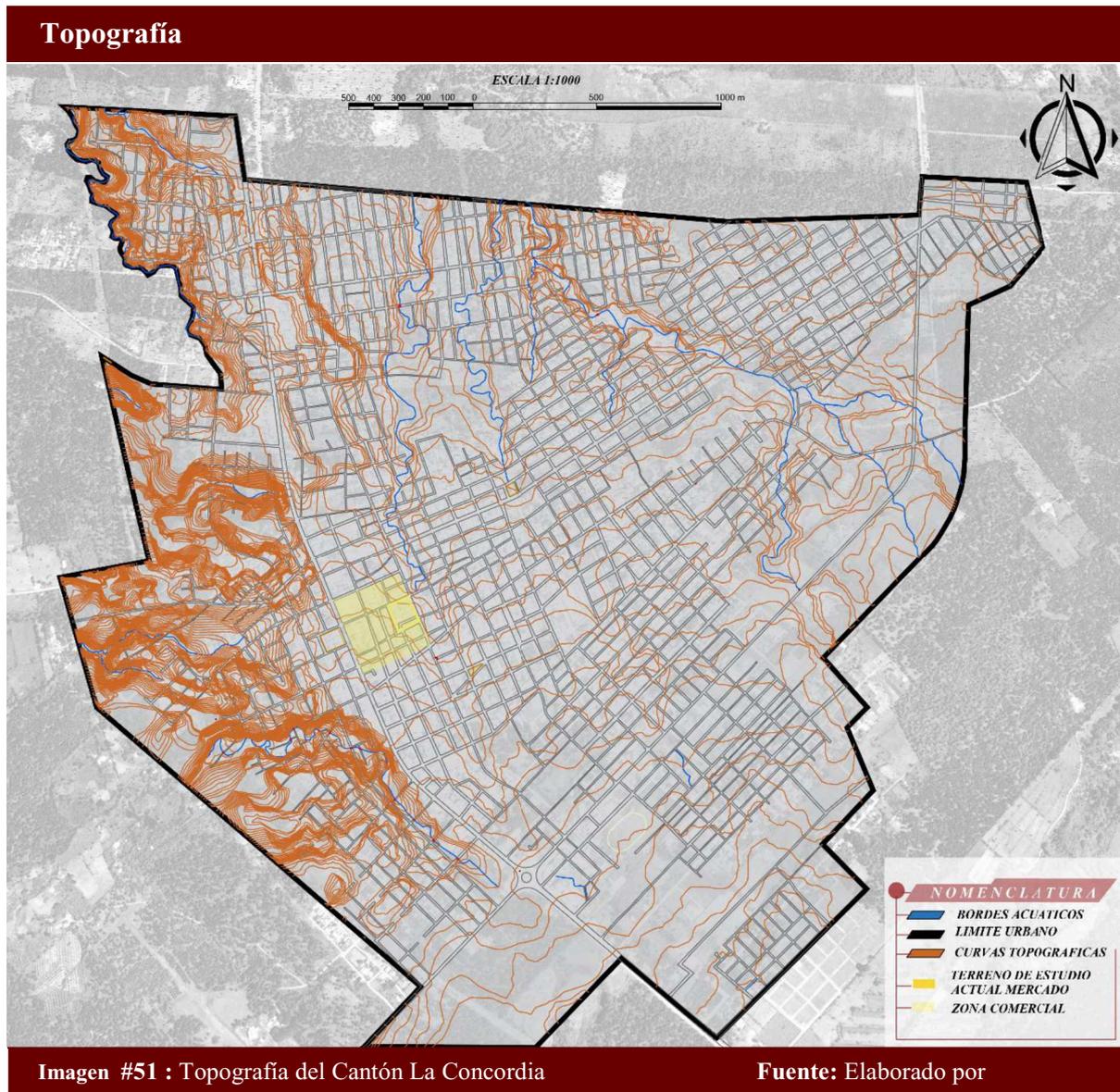
Imagen #50 : Relieve del cantón La Concordia

Fuente: PDOT del cantón La Concordia

Según GeoPlades (2010) esta zona correspondiente al cantón La Concordia, presenta por correlación de nuestro equipo, un relieve colinado bajo moderadamente disectado, con cimas redondeadas y vertientes convexas. Localmente se hallan pequeñas superficies con suaves pendientes, así como también pequeños valles aluviales, perteneciente a la formación Balzar (Plioceno)., de las tres formaciones geológicas predominantes en la región del noroccidente.⁶⁶

⁶⁶ PDOT La Concordia, mediante el acceso a información del GAD municipal

Topografía del casco urbano del cantón La Concordia



En este mapa observamos de manera específica la topografía de la cabecera cantonal de La Concordia y podemos a partir de este material determinar que el caso urbano se ubica en su mayor parte en una explanada con pequeños porcentajes de desniveles en la parte norte, sur y este mientras que hacia el oeste y la sección norte-oeste se puede apreciar mayor cantidad de curvas propias del sector que representa los niveles más altos de la urbe y que se va expandiendo hasta las zonas rurales de la ciudad.

En cuanto al terreno del mercado actual y la zona comercial posee poco porcentaje de pendientes.

Riesgos: Inundaciones

Esta amenaza está relacionada con la presencia de las sub cuencas del río Quinindé y del río Blanco, pues al desbordarse éste último generaría afectaciones a los asentamientos humanos, sobre todo aquellos próximos a su cauce, como Flor del Valle, y también a los cultivos y a la producción ganadera. En términos generales, el territorio del Cantón La Concordia, no tiene mayores riesgos de inundación, pues se trata de zonas con moderada susceptibilidad a inundación.⁶⁷

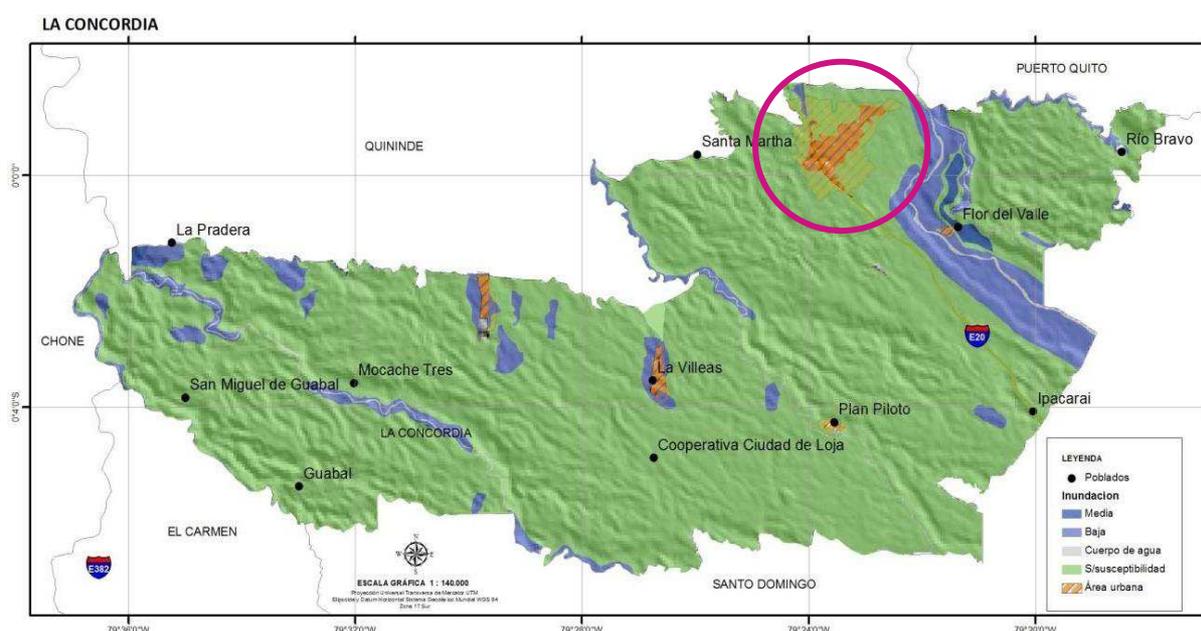


Imagen #52 : Riesgos de Inundaciones del cantón La Concordia **Fuente:** Elaborado por tesista/PDOT

En base a la cartografía del IEE, determina que el cantón manifiesta una amenaza media del 0,46% de la superficie total, seguida por una amenaza baja del 8,68%, tal como se detalla en la siguiente tabla.5

INUNDACIÓN	ÁREA KM2	%
Media	1,48	0,46
Baja	28,19	8,68
Poblados	3,98	1,23
Cuerpo de agua	2,74	0,84
S/susceptibilidad	288,44	88,80
TOTAL	324,83	100,00

Tabla # 8 : Riesgos Inundaciones

Fuente: Elaborado por tesista /PDOT

⁶⁷ PDOT La Concordia, mediante el acceso a información del GAD municipal

Riesgos: Deslizamiento de masas

Varios criterios influyen en los movimientos en masa, entre ellos el grado de pendiente, la extensión de las vertientes, las formaciones geológicas subyacentes, las precipitaciones (cantidad y repartición anual) la presencia de fallas, la ocurrencia de sismos, deforestación, entre otros⁶⁸

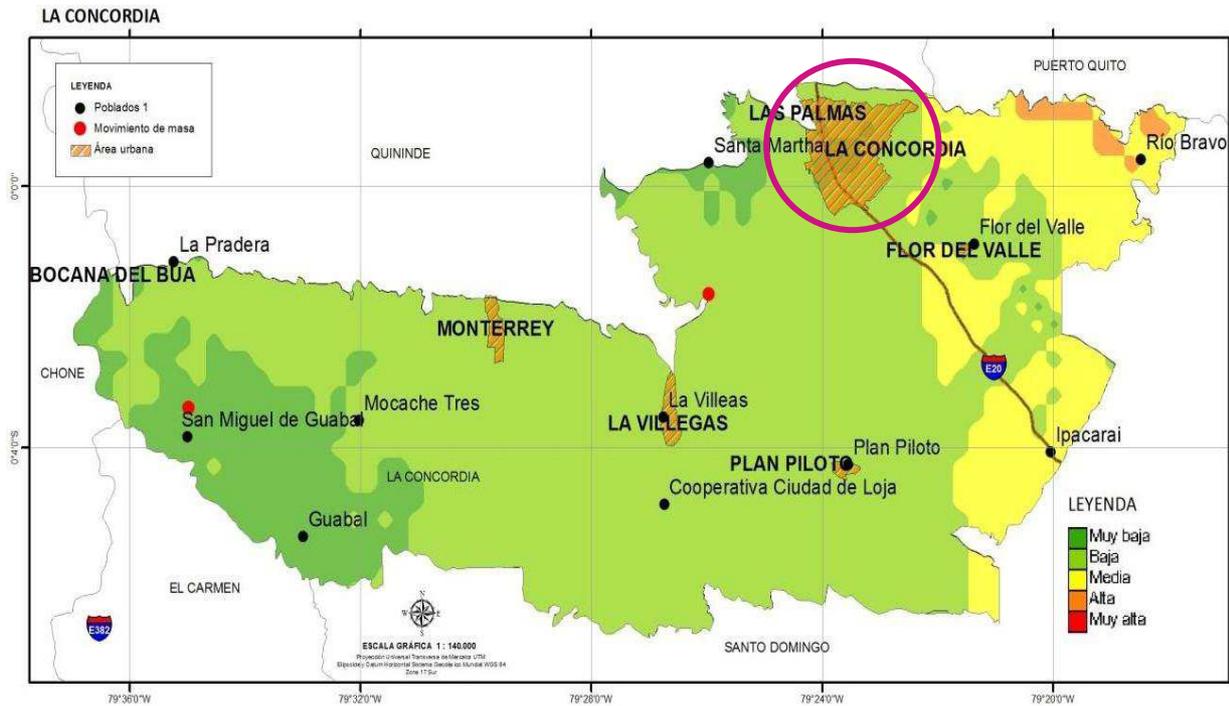


Imagen #53 : Deslizamientos de masas

Fuente: PDOT del Cantón La Concordia

Al igual que las inundaciones, el exceso excepcional de precipitaciones durante los meses del fenómeno de “El Niño” produce un sinnúmero de deslizamientos aislados en toda la Zona4.

MOVIMIENTO DE MASA	ÁREA KM ²	%
Alta	1,70	0,54
Media	43,95	14,01
Baja	226,44	72,18
Muy baja	41,61	13,26
TOTAL	313,70	100,00

Tabla # 9 : Deslizamientos de masas

Fuente: PDOT del Cantón La Concordia

⁶⁸ PDOT La Concordia, mediante el acceso a información del GAD municipal

Riesgos: Sismos

La Concordia está ubicada en la zona sísmica 3, que corresponde a una afectación de impactos de forma moderada, porque esta zona está entre dos áreas con actividad sísmica importante: la zona de subducción ubicada al oeste y los sistemas de fallas andino ubicados al este.

La intensidad instrumental máxima calculada es de 7.4 en la zona cercana al cantón, correspondiendo a una percepción del movimiento Muy Fuerte y con un potencial de daño moderado, en la siguiente tabla se detalla la descripción abreviada de los niveles de intensidad de Mercalli Modificada.⁶⁹

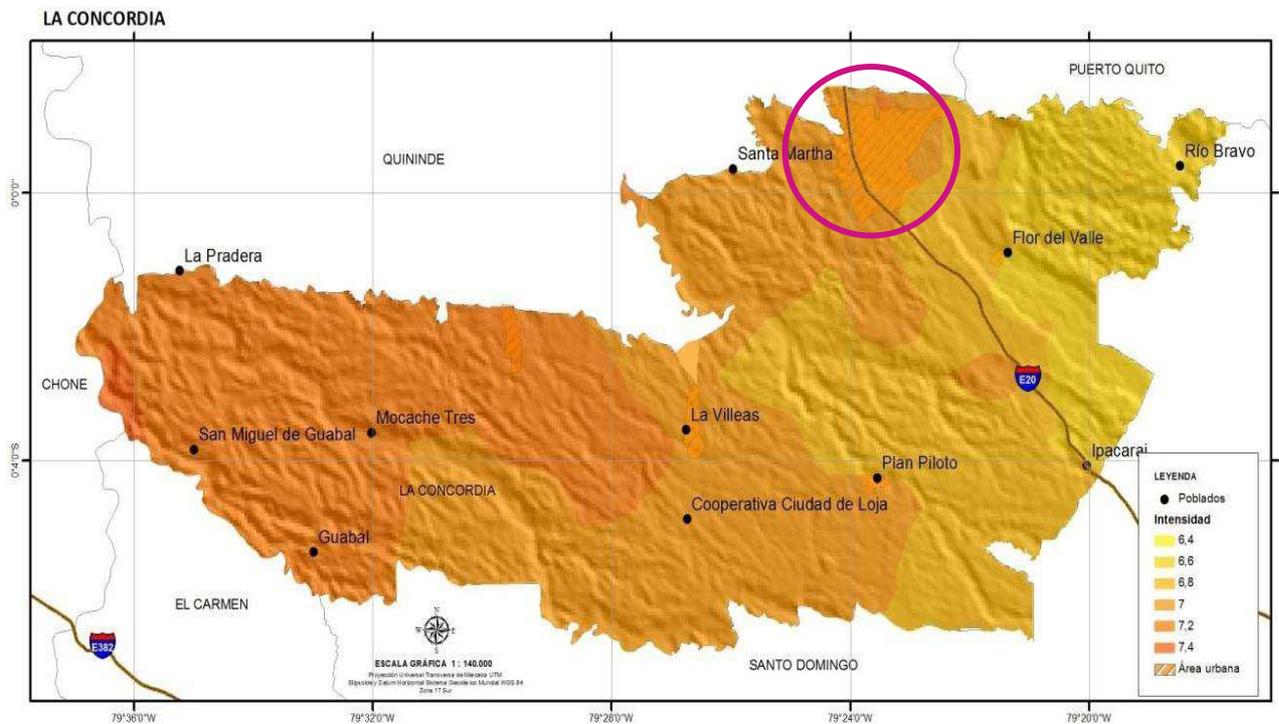


Imagen #54 : Límites del Cantón La Concordia

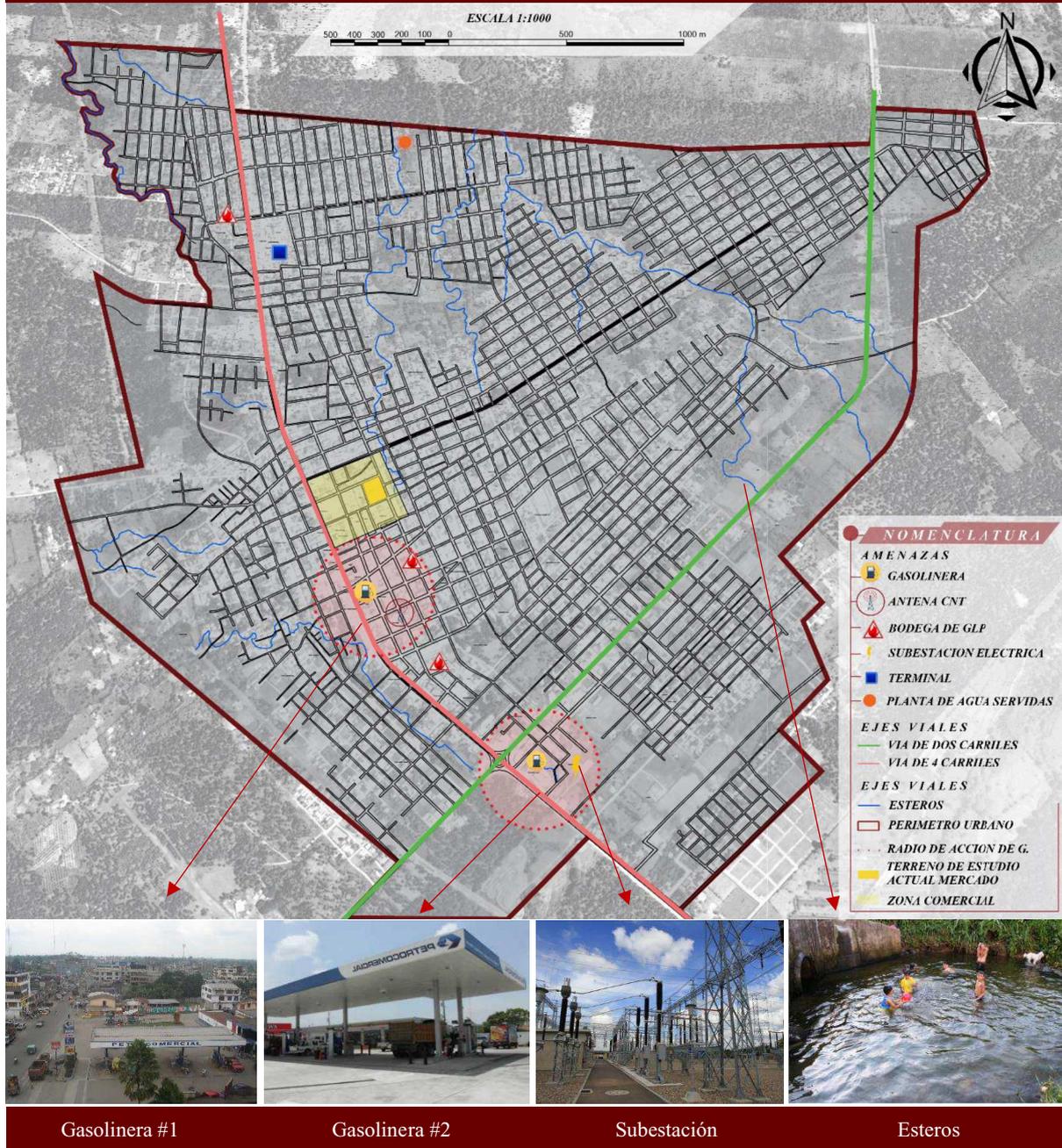
Fuente: Elaborado por tesista/PDOT

INTENSIDAD	AREA KM ²	%
6,40	0,02	0,01
6,60	38,75	11,93
6,80	70,93	21,84
7,00	118,34	36,43
7,20	94,52	29,10
7,40	2,27	0,70
TOTAL	324,83	100,00

Tabla# 10 : Límites del Cantón La Concordia

Fuente: Elaborado por tesista/PDOT

⁶⁹ PDOT La Concordia, mediante el acceso a información del GAD municipal



Las Amenazas antrópicas son aquellas relacionadas con el peligro latente generado por la actividad humana en el deterioro de los ecosistemas, la producción, distribución, transporte y consumo de bienes y servicios, así como la construcción y el uso de edificaciones. Se identifican 2 Gasolineras en la ciudad. Así como, 3 depósitos de s de GLP, 1 sub estación eléctrica y 1 una antena de CNT.

Mapa de hitos del cantón La Concordia

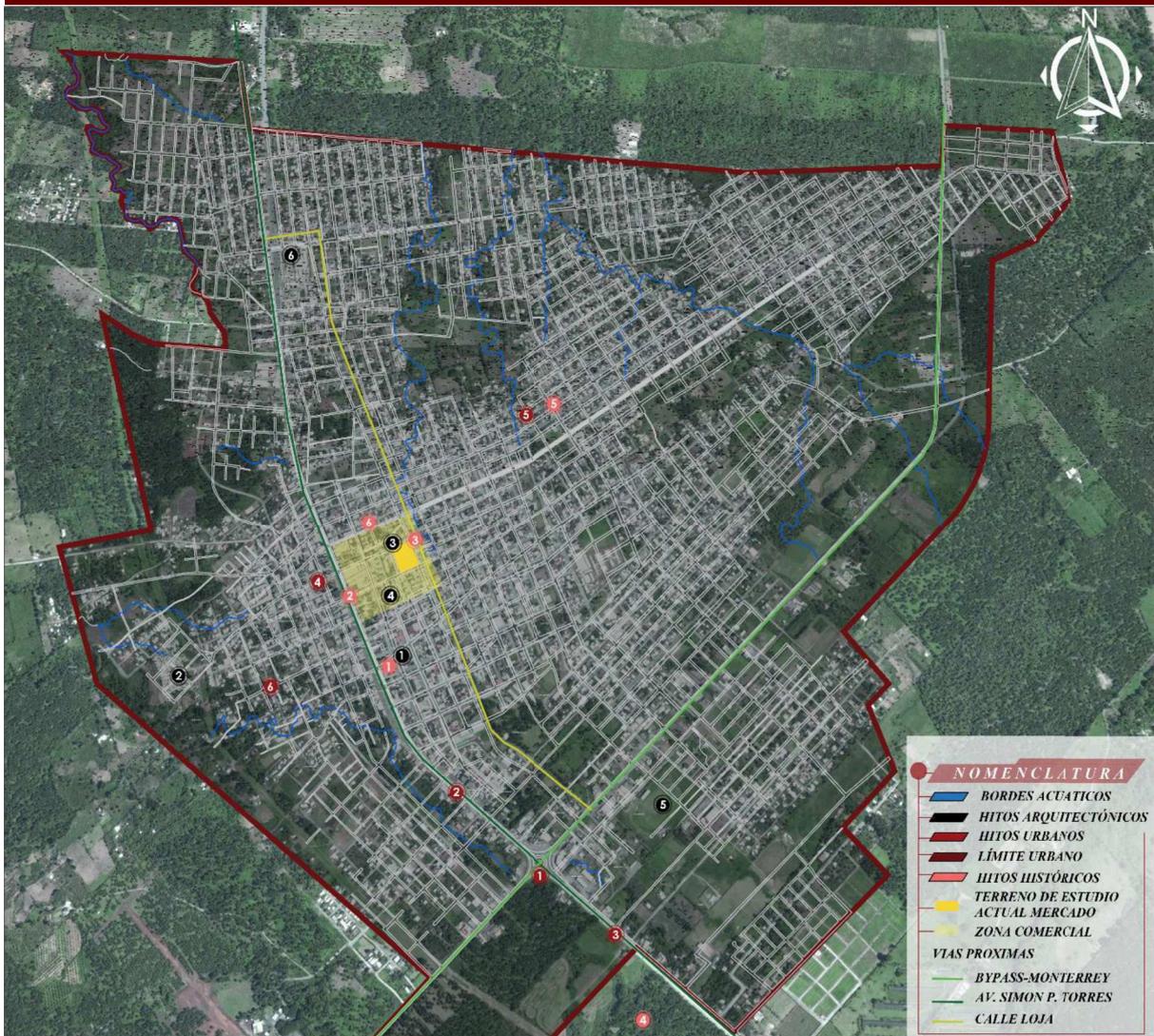


Imagen #56 : Mapa de hitos del cantón

Fuente: Elaborado por tesista

El mapa de hitos corresponde a lugares, estructuras, espacios públicos etc. que han estado desde los inicios fundacionales del cantón y a otros que se han implementado de manera más reciente pero que poco a poco son reconocidos por los ciudadanos como puntos que hacen de la ciudad un lugar reconocible, accesible y flexible.

Además, podemos ubicar el terreno donde se va a desarrollar el proyecto y las vías inmediatas al mismo lo cual nos permite reconocer el entorno y el contexto que lo rodea desde el punto de vista de elementos, equipamientos o remates arquitectónicos que crean sentido de pertinencia del ciudadano hacia el cantón.

Representación de hitos en el cantón La Concordia

Hitos Urbanos

- 1.-Redondel
- 2.- Ave. Simon P. Torres
- 3.-Via Sto Dmgo-Quininde
- 4.-Parque central
- 5.-Parque del Chavo
- 6.- Mirador Barrio lindo
- 7.-Iglesia

Imagen #57



Hitos Arquitectónicos

- 1.-Centro de salud
- 2.- Cementerio
- 3.-Mercado Central
- 4.-Municipio
- 5.-Terminal
- 6.-Estadio



Hitos Históricos

- 1.-Parque central
- 2.- Ave. Simón P. Torres
- 3.-Mercado central
- 4.-Parque del Chavo
- 6.- Calle 1 de mayo



Imagen 1-12 : Limites del Cantón La Concordia

Fuente: Elaborado por tesista/PDOT

El terreno de estudio y la zona comercial



Terreno de estudio y mercado actual



Locales del actual mercado



Estructura del mercado

Mapa de equipamientos del cantón La Concordia

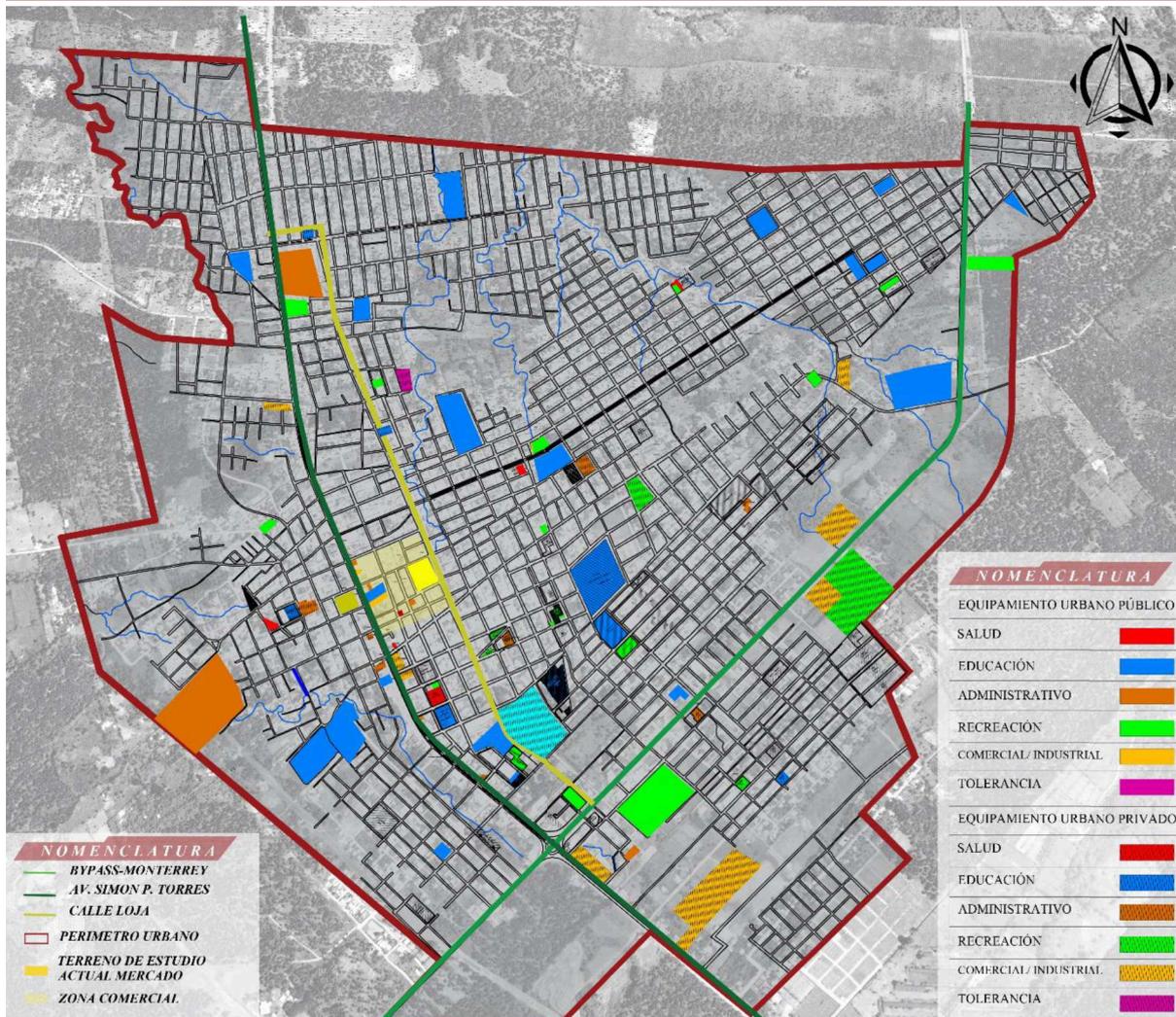


Imagen #58 : Mapa de Equipamientos

Fuente: Elaborado por tesista/PDOt

El mapa de equipamiento corresponde a todos los edificios o sitios ya sean de acceso público o privado y de valor básico o complementario que ayudan a el desarrollo del cantón, el mercado se ubica como un equipamiento complementario público ya que es de orden municipal, lo podemos ver representado en el mapa al igual que la zona comercial que lo rodea, dentro de esa zona podemos encontrar : 1 institución educativa pública, 1 pasaje comercial, 1 clínica privada, el edificio municipal y el departamento de policías del cantón, además de las vías como son la calle Loja (unidireccional) y la avenida principal de la ciudad que permiten el rápido acceso a la mencionada zona y al mercado actual que se implanta en el sector.

Mapa de vías importantes en el cantón La Concordia

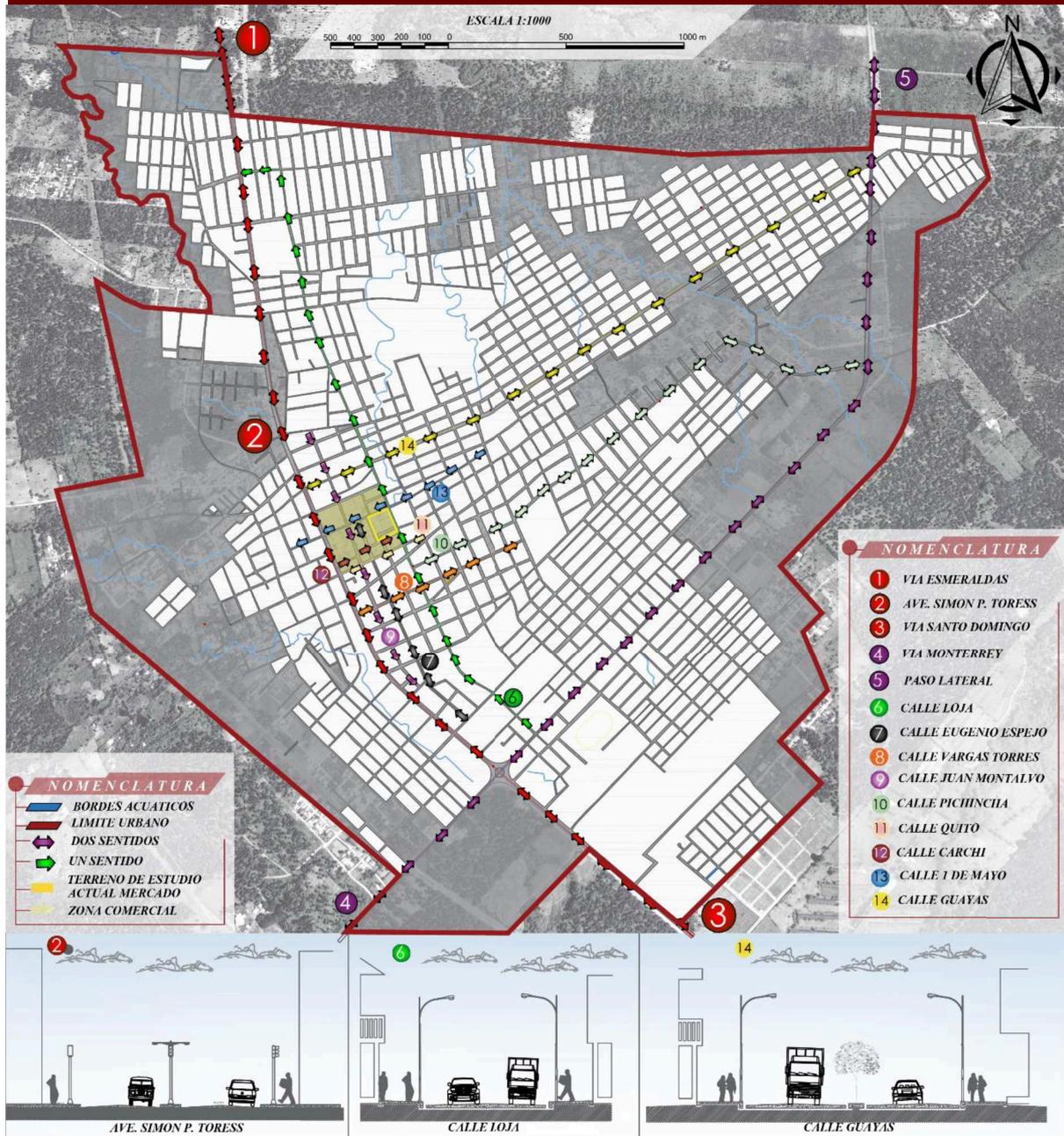


Imagen #579: Mapa de vías de la ciudad

Fuente: Elaborado por tesista

Por el Cantón cruzan dos vías asfaltadas de primer orden: las carreteras Santo Domingo-La Concordia y La Independencia-La Concordia; otras que son de segundo orden como la vía asfaltada Vía monterrey que se conecta con el paso lateral La Concordia siendo así los principales ejes viales de la ciudad y como vía expresa el cantón tiene la Avenida Ángel Octubre que es la prolongación de la calle Guayas.

Vías colectoras

Corresponde a la Av. Simón Plata Torres que es la prolongación de la carretera Santo Domingo-Quinindé, permitiendo el ingreso de los buses interprovinciales e interparroquiales, por esta condición esta vía genera congestionamiento de tránsito y ruido, especialmente en las horas pico, afectando a sus vecinos.

Vías expresas

Son aquellas que permiten el tráfico rápido entre los barrios urbanos, estas actualmente se encuentran asfaltadas con dos carriles, identificando en el caso de La Concordia a la Av. 11 de octubre (prolongación de la Calle Guayaquil), La Calle H que prolonga formando la Av. Ángel Álava, la Av. Vargas Torres y la Av. Monseñor Emilio Stehle, que se encuentran en buenas condiciones.

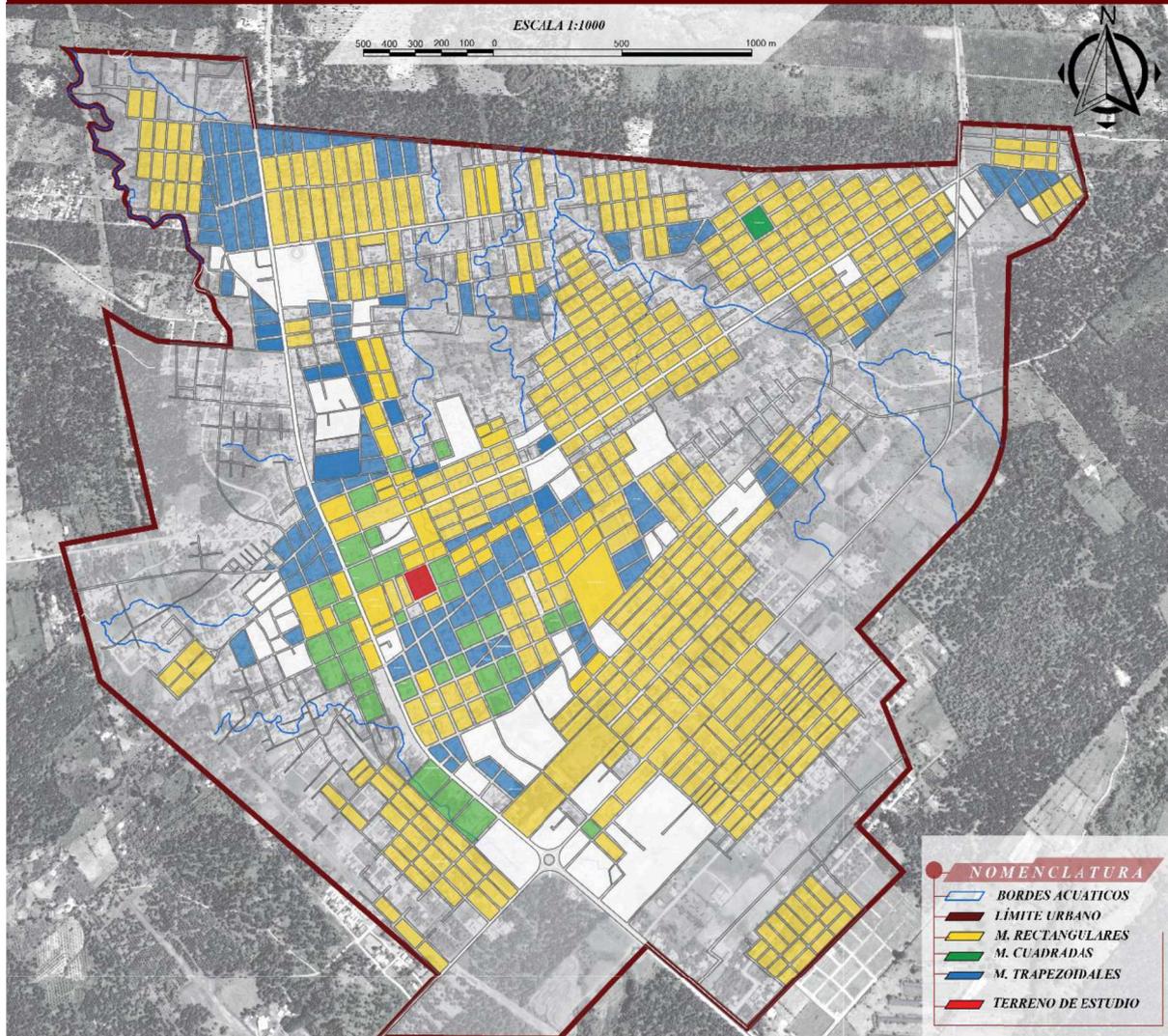
Vías arteriales

Conforman el sistema principal dentro de la zona urbana, sus ramales se extienden por las diferentes áreas dentro del perímetro urbano, estas recogen a las vías locales para conectarse a las vías expresas. Una minoría de estas vías arteriales se encuentran adoquinadas o asfaltadas, y, en su mayoría son lastradas o a nivel de tierra. Tienen un ancho promedio de 12 m, en ciertos casos están adoquinadas o asfaltadas.

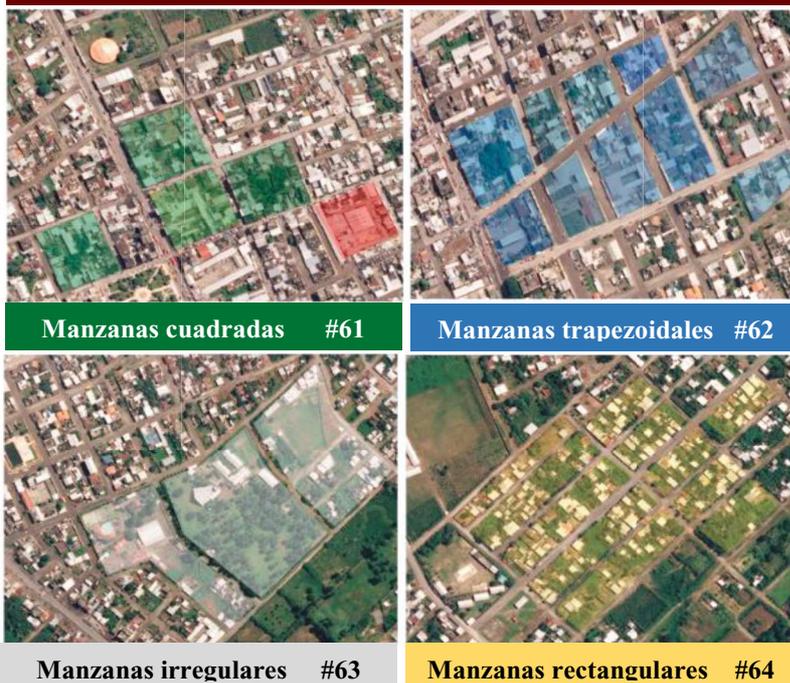
Vías locales

Son aquellas que recoge el tráfico directamente de los lotes o predios urbanos, la mayoría de estas se encuentran a nivel de tierra. Tienen un ancho promedio de 16 m y que en su mayoría se encuentra indefinido por la falta de aceras y bordillos, este ancho es excesivo por la reducida demanda de tráfico en estas zonas.⁷⁰

⁷⁰ PDOT La Concordia, mediante el acceso a información del GAD municipal



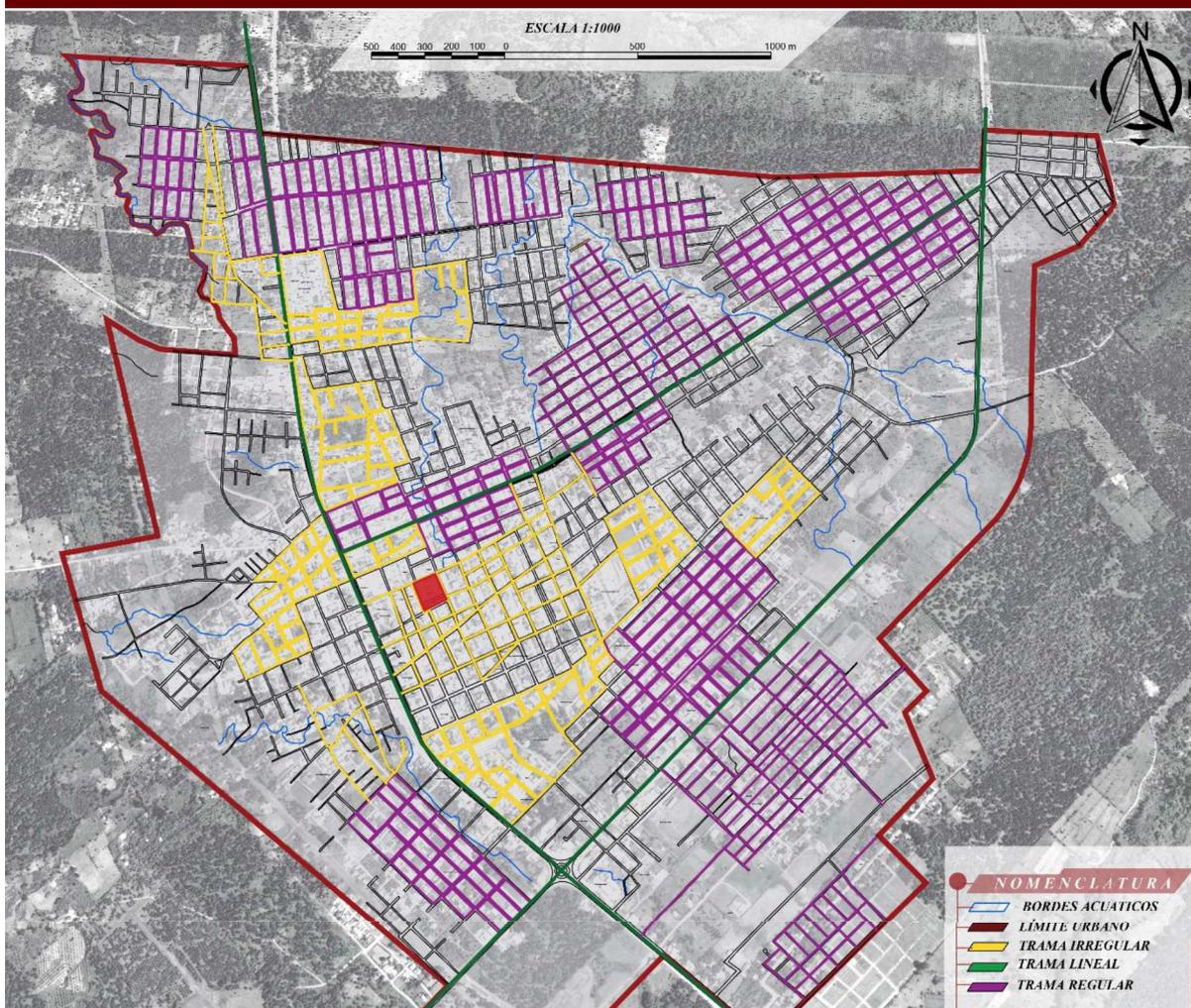
Graficación de manzanas



En el análisis de manzanas podemos visualizar que el cantón tiene una tendencia al estilo americano con manzanas rectangulares en su 80 %, luego tenemos de forma cuadrada que se suman con 5 % al igual que las manzanas irregulares, mientras que las manzanas cuadradas se llevan un 10%. El terreno de estudio está dentro del grupo de manzanas con morfología de tipo cuadrada.

Mapa de trama urbana del cantón La Concordia

Imagen #65



Graficación de tramas



Trama regular

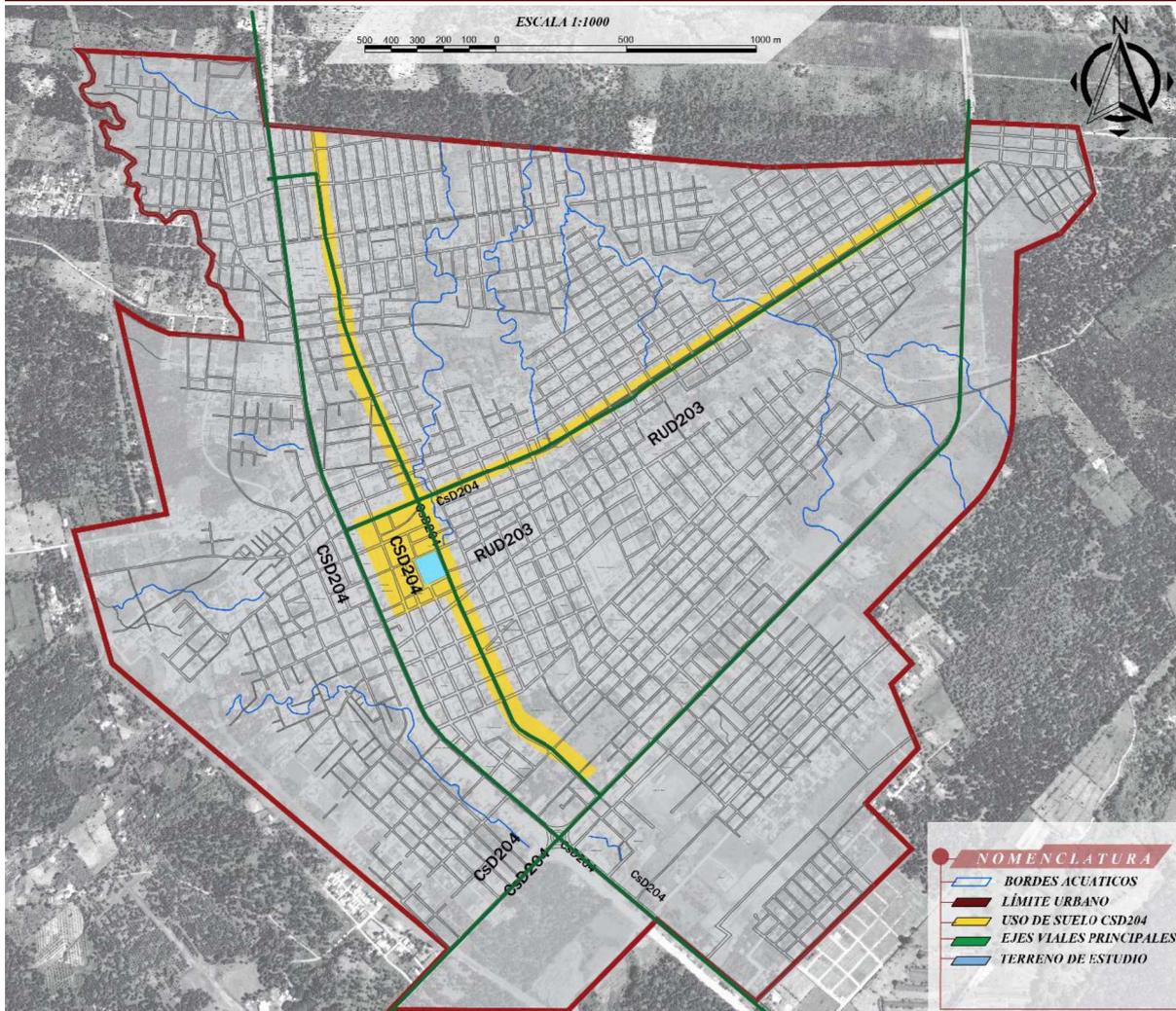
#66



Trama irregular

#67

La zona urbana de la ciudad presenta un trazado urbano definido, con tendencia regular ortogonal, aunque variado en formas y dimensiones. Un gran sector de la ciudad es producto de invasiones. Actualmente, el crecimiento es de tipo concéntrico, aunque originalmente fue de tipo lineal teniendo como eje de crecimiento el tramo de la vía Santo Domingo-Quininde que cruza por la ciudad.



Representación en imagen satelital

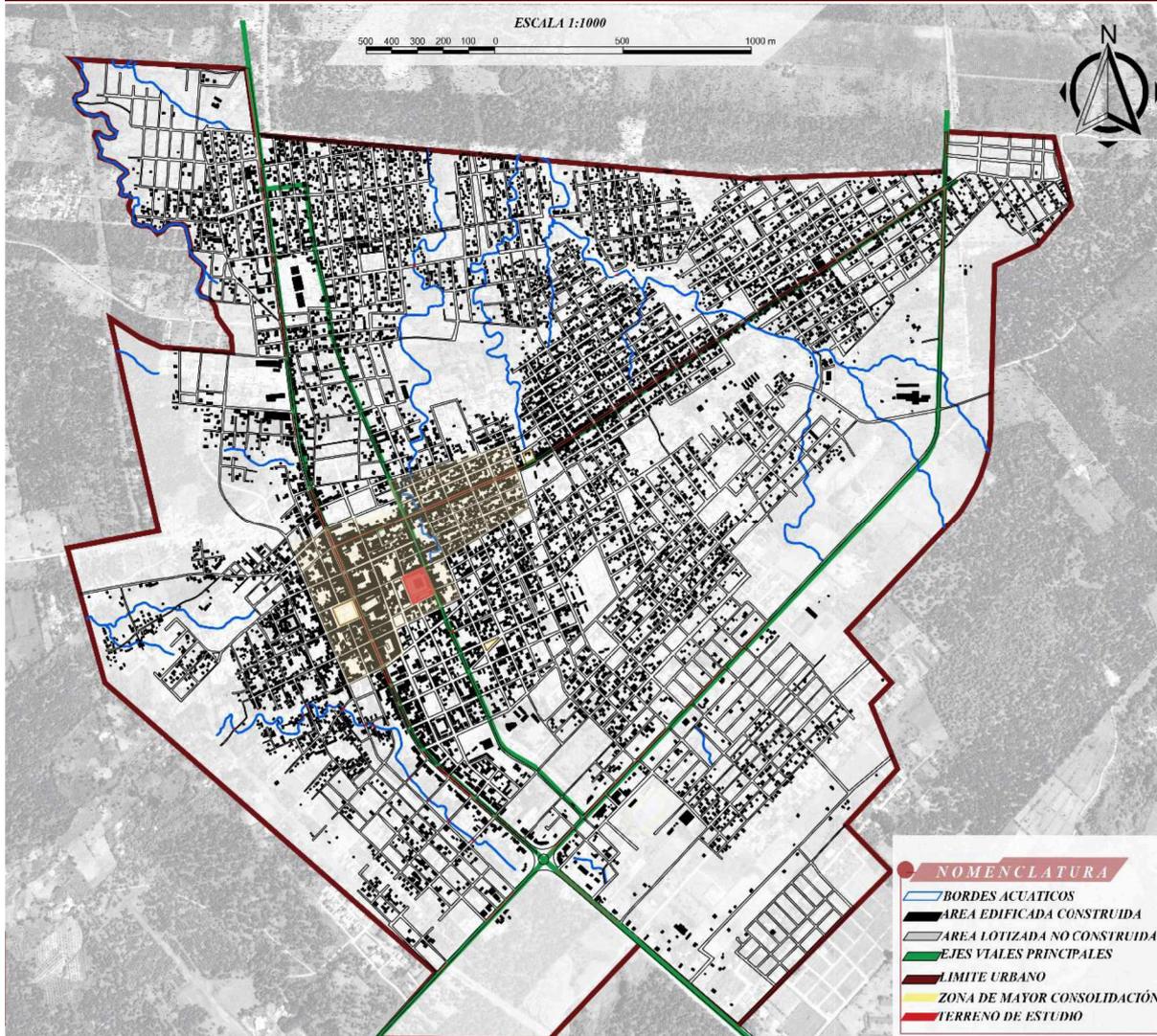
Comercio dentro del sector del terreno



Implantación del terreno de estudio

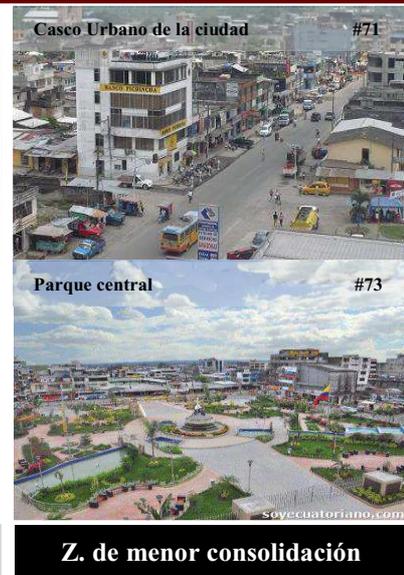


El terreno de estudio es donde funciona el actual mercado y por ordenanza municipal pertenece a la sección CSD204 que implica un uso de suelo comercial con viviendas de uso mixta y de varios servicios como son las oficinas del GAD, las edificaciones dentro de este sector serán de hasta 4 plantas según lo indica la ordenanza municipal



Fuente: tesista

La Concordia tuvo su crecimiento a partir de un eje vial que es la Avenida Simón Plata Torres por ende la mayor zona de consolidación se da en este sector, además de que comprende en la actualidad al centro de la ciudad. Con el tiempo se fueron creando comunidades que están menos consolidadas, pero representan futuras áreas de expansión.



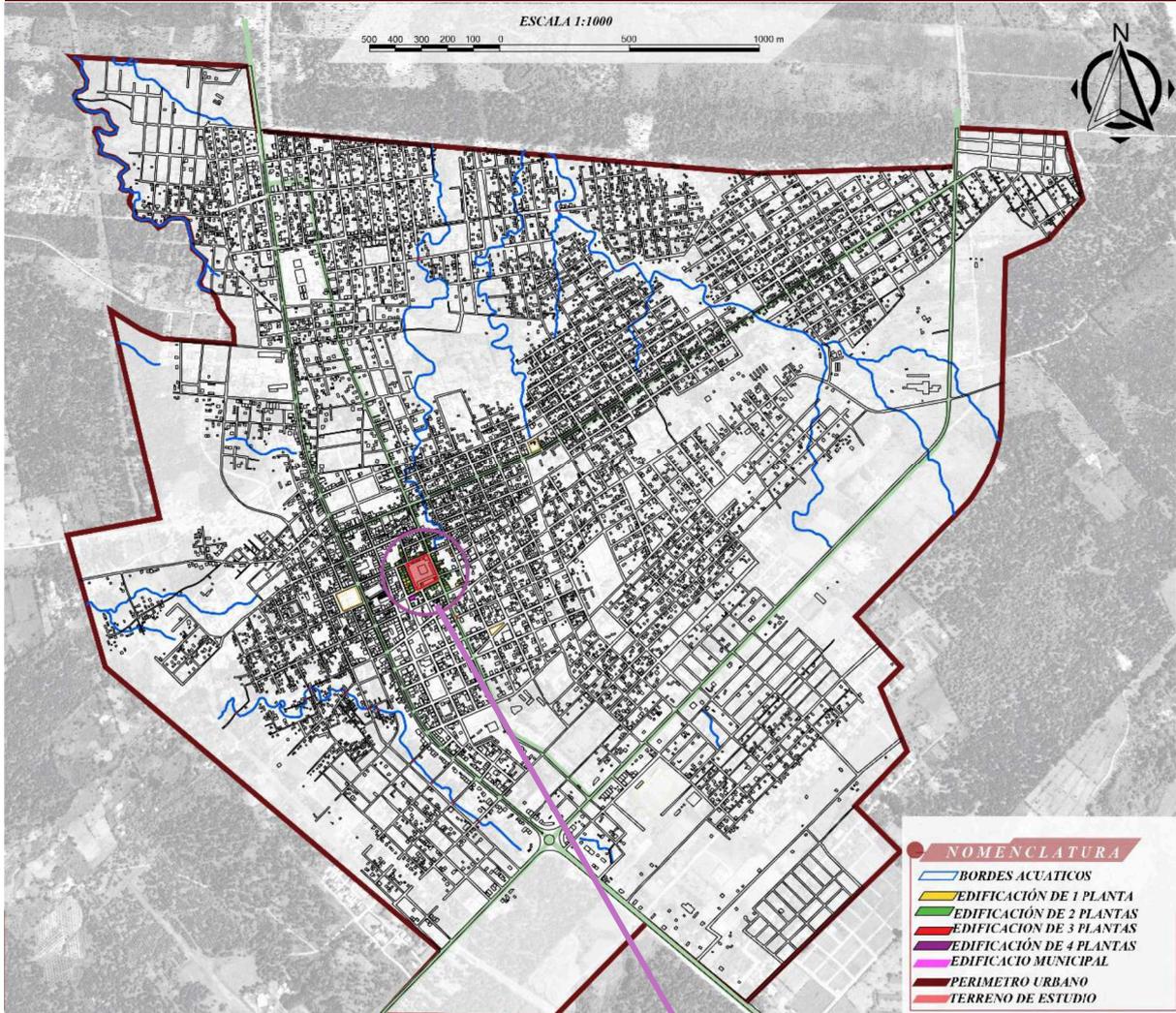
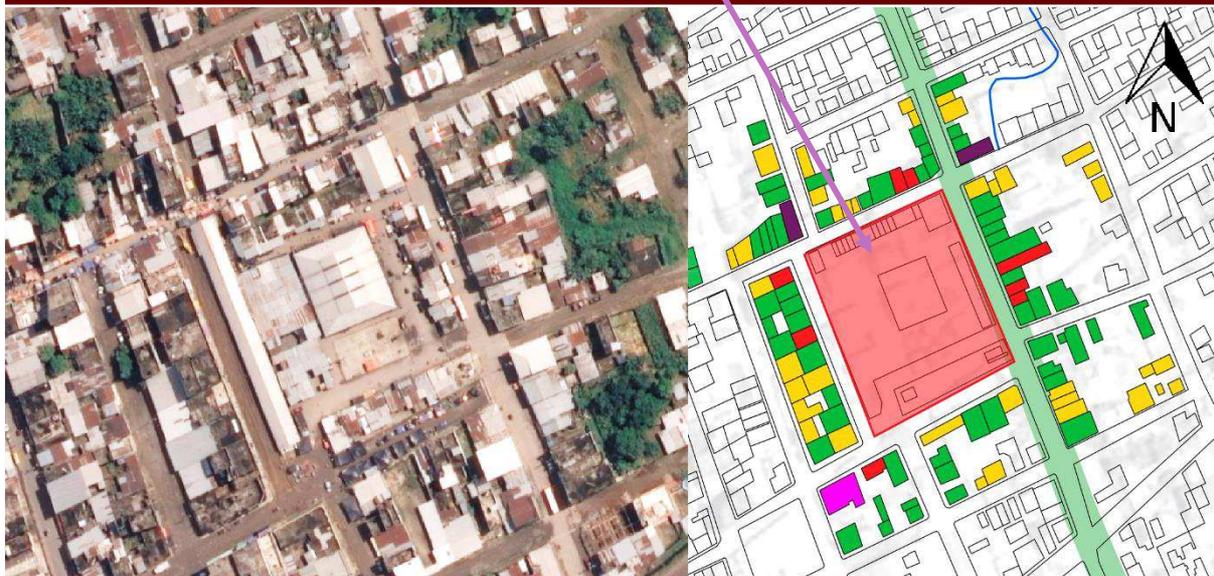


Grafico #60: Mapa de morfología / Grafico #61 imagen satelital

Fuente: Elaborado por testisa



Las edificaciones son de uso mixto de 1. 2. 3 y de 4 plantas a excepción del municipio (5plantas)

#75

Análisis del terreno situación actual

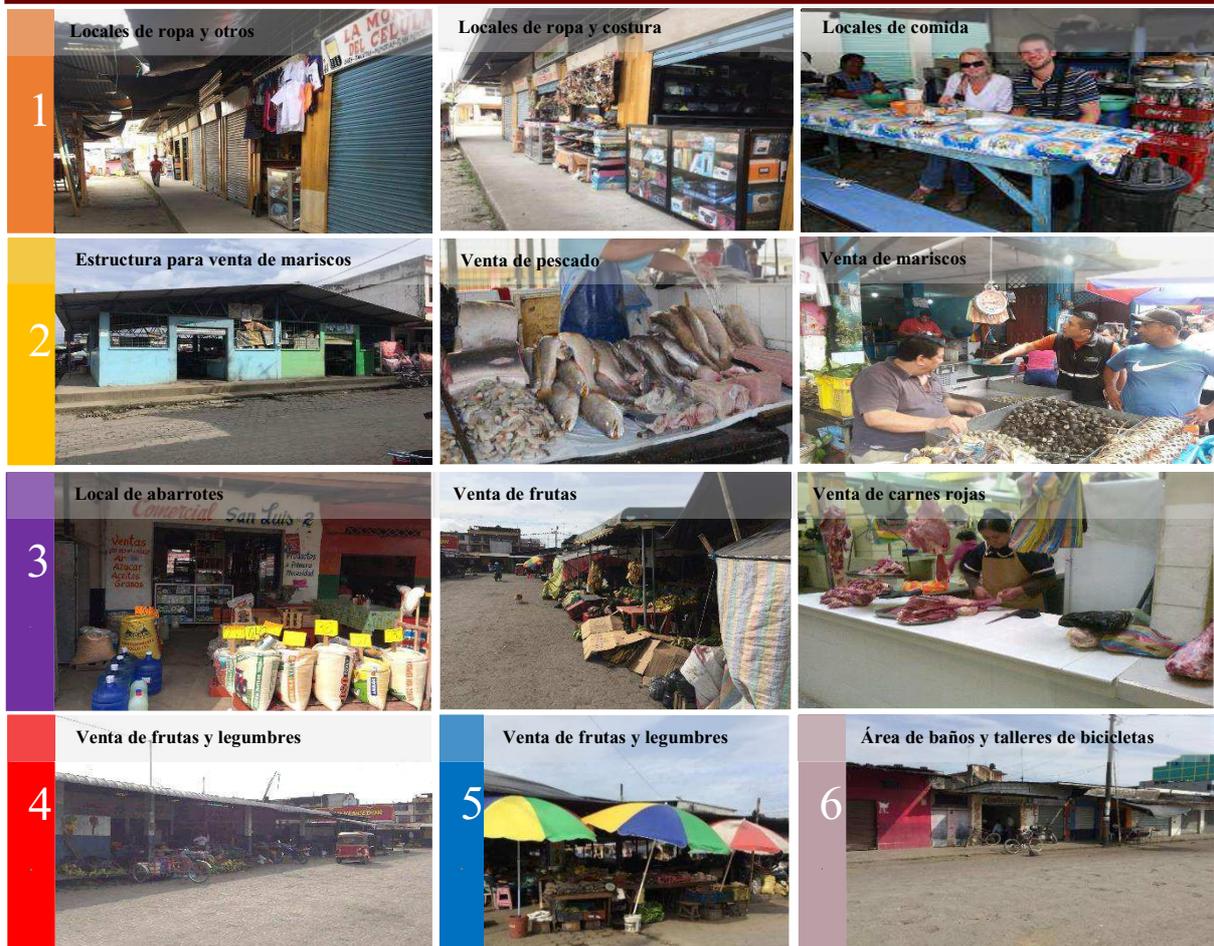
Imagen#76 Fuente: tesista



En el terreno de estudio se desarrolla la vida del actual mercado del cantón, pero de manera desorganizada sin una zonificación de los alimentos o actividades comerciales, además podemos ver las estructuras separadas lo cual genera conflictos y deja espacios para los comerciantes informales que copan los espacios libres, calles y hasta una cancha deportiva.

Imágenes de la situación actual del mercado

Fuente: Galeria de tesista



Imagen# 77: Comercios del actual mercado

Fuente: Elaborado por tesista/PDOT

Descripción de los problemas generados en la zona del actual mercado

Movilidad:

El actual mercado se encuentra en la parte céntrica de la ciudad y la mayor parte de la población acude a él para realizar sus compras en especial los fines de semana donde se puede palpar visualmente la afluencia de personas. La mayor parte de la población o de usuarios llegan en transporte público como son los buses o en moto taxis, sin embargo, la concentración de vehículos personales, de camiones, de triciclos, entre otros es de muy alto nivel y se acumula en este punto central bloqueando la circulación. Además, no existen parqueaderos públicos solo unos cuantos para los taxis y están mal situados, por lo que los vehículos se estacionan indiscriminadamente, en cualquier espacio disponible o continúan circulando en el sector hasta encontrar un parqueadero, lo cual incrementa más el tráfico. Las consecuencias de lo expuesto son las siguientes:

- Pérdida de tiempo para los ciudadanos
- Disminución en la productividad para los comerciantes y la economía de la ciudad
- Contaminación del ambiente y de los productos del mercado
- Desorden del sector alterando la imagen urbana
- Generación de ruidos

12.2 Tabulación de la información

Encuesta a la población del cantón la concordia sobre una “propuesta arquitectónica de regeneración de la zona comercial y diseño de mercado multifuncional en el cantón la concordia”

1. ¿Usted realiza sus compras en el actual mercado central de La Concordia?

Respuesta	Siempre	A veces	Nunca	TOTAL
N° Personas	280	120	0	400
%	70 %	30%	0 %	100 %

TABLA# 11: Realización de compras en el mercado actual

Fuente: Elaborado por tesista

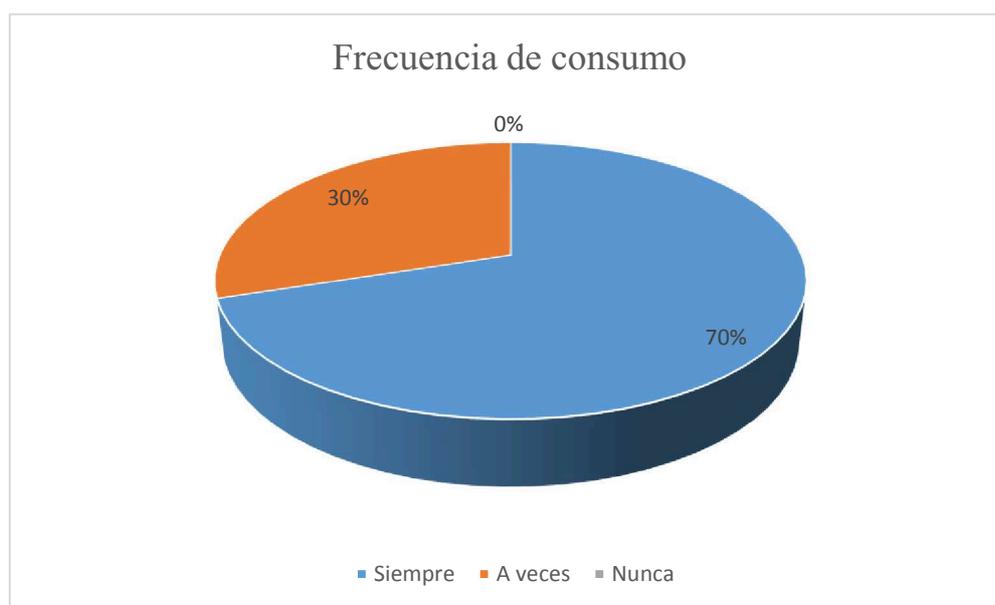


IMAGEN # 78: Realización de compras en el mercado actual

Fuente: Elaborado por tesista

Análisis: De 400 personas encuestadas que van a representar el 100%; en el cuál el 70 % **Siempre** realiza sus compras en el mercado central mientras que un 30% lo hace **A veces**, dando como resultado que siempre se hace uso del mercado central, así sea de manera esporádica.

2. ¿Cree usted que las estructuras actuales del mercado central están en buen estado físico tanto para la venta como la compra de productos?

Respuesta	Si	No	TOTAL
N° Personas	0	400	400
%	0%	100%	100 %

TABLA # 12: Estado en que se encuentra el actual mercado
Fuente: Elaborado por tesista

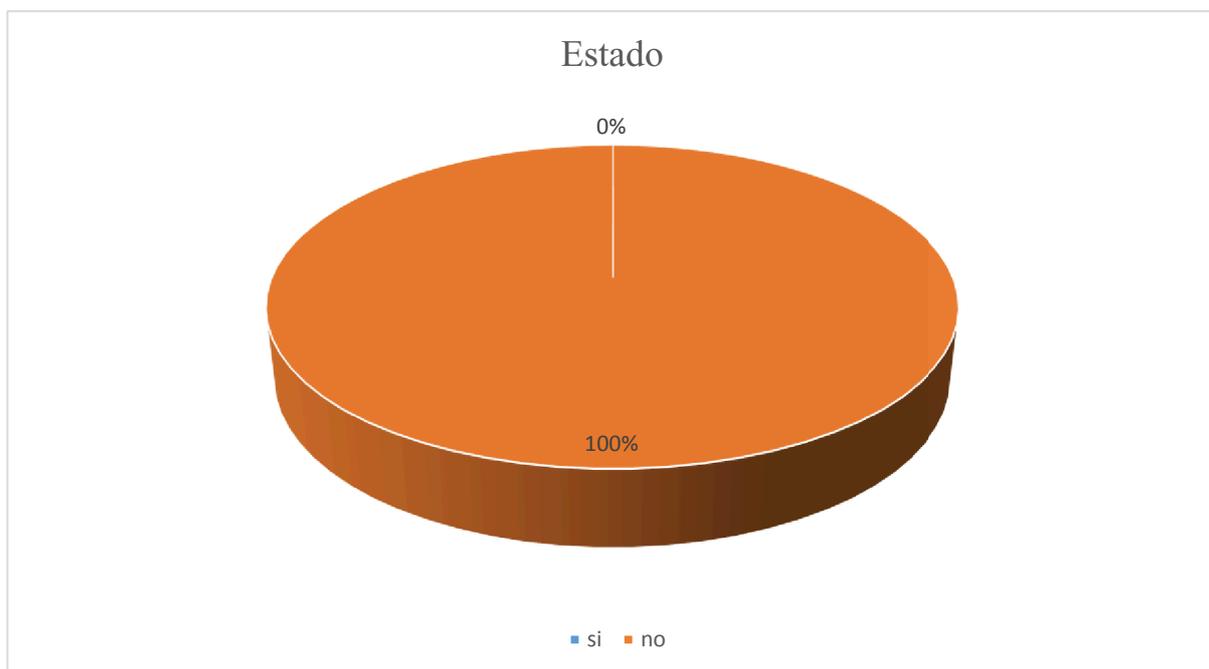


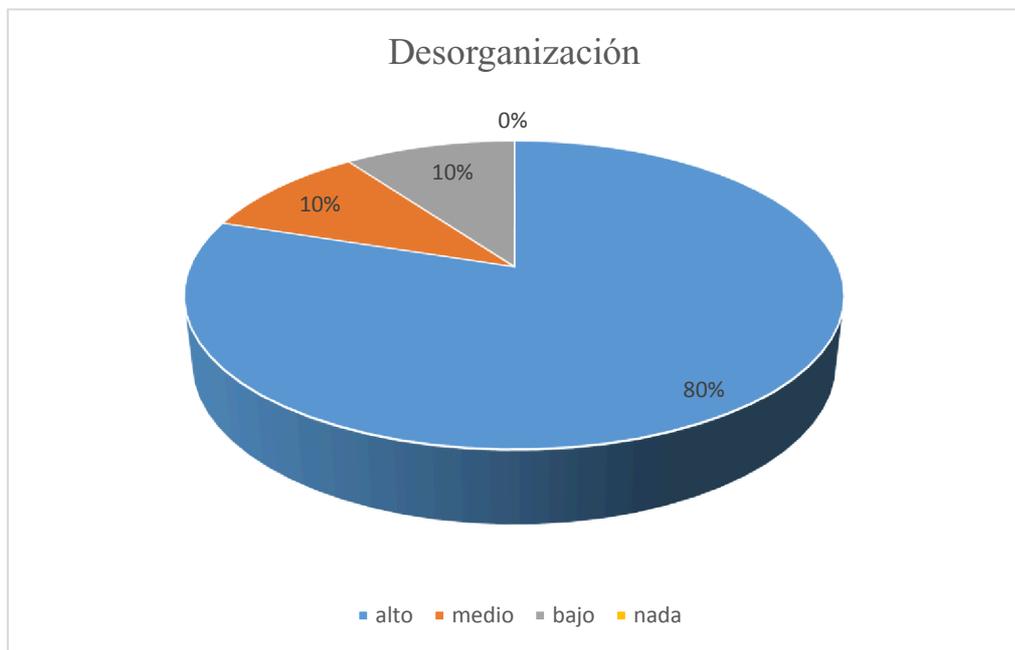
IMAGEN # 79: Estado en que se encuentra el actual mercado
Fuente: Elaborado por tesista

Análisis: De 400 personas encuestadas que representan el 100%, se pudo determinar que un 100% considera que las estructuras del actual mercado **No** están en las mejores condiciones ya sea por falta de mantenimiento o por lo obsoleta que se han vuelto con el pasar del tiempo.

3. ¿Qué nivel de desorganización espacial piensa usted que existe en el actual mercado central del cantón La concordia?

Respuesta	Alto	Medio	Bajo	Nada	TOTAL
N° Personas	320	40	40	0	400
%	80%	10%	10 %	0%	100 %

TABLA# 13: Desorganización espacial en el mercado
Fuente: Elaborado por tesista



IMAGEN# 80: Desorganización espacial en el mercado
Fuente: Elaborado por tesista

Análisis: De 400 personas encuestadas que representan el 100%, se pudo determinar que un 80% considera que existe una **alta** desorganización espacial mientras que un 10% opina que existe un nivel **medio** y otro 10% considera que el nivel de desorganización es **bajo** ya sea por un hacinamiento de locales o por el orden de la ubicación de los productos.

4. ¿ Cree usted correcta la distribución y funcionamiento de los espacios en el actual mercado central de La Concordia?

Respuesta	Si	No	TOTAL
Nº Personas	80	320	400
%	20%	80%	100 %

TABLA# 14: Distribución y Funcionamiento

Fuente: Elaborado por tesista

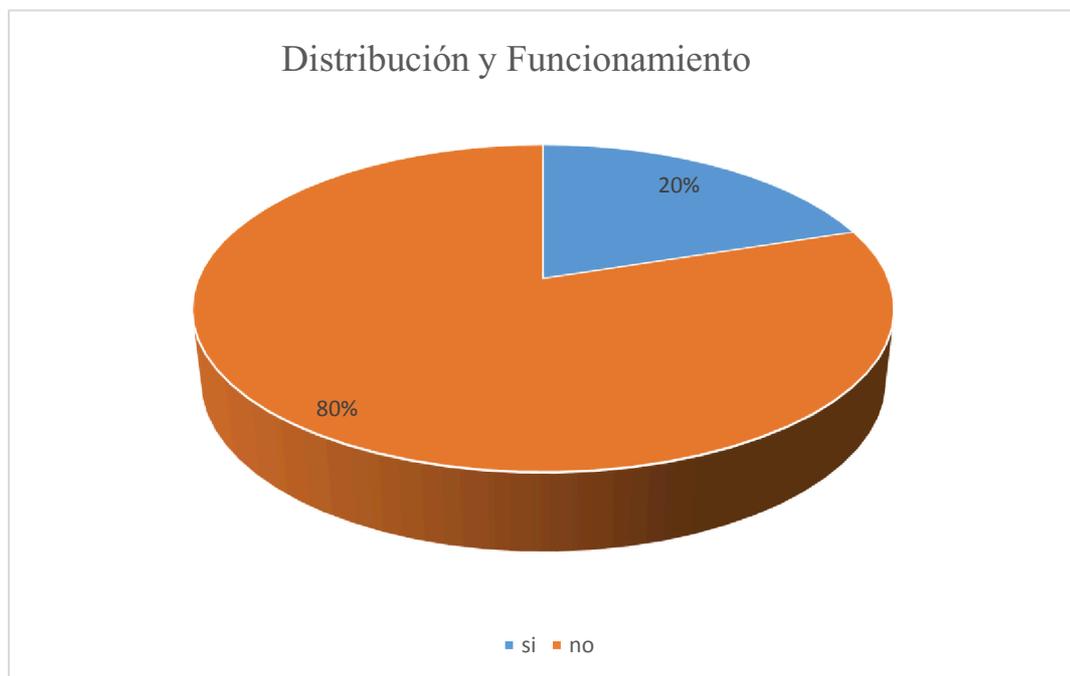


IMAGEN # 81: Frecuencia que visita espacios públicos

Fuente: Elaborado por tesista

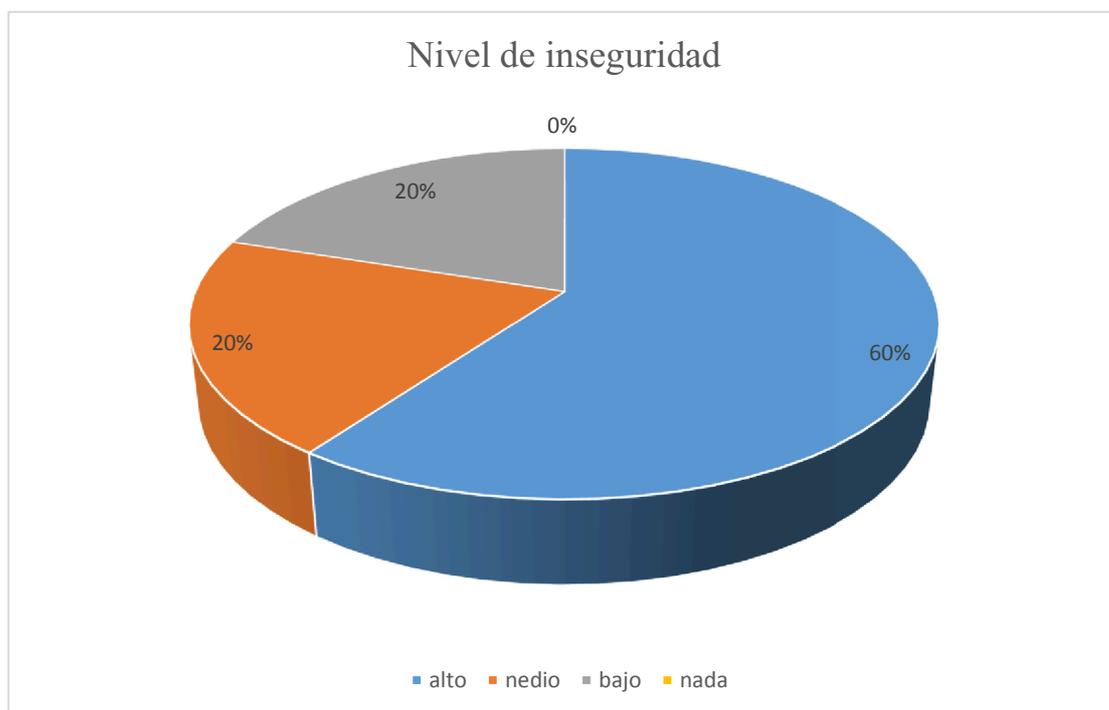
Análisis: De 400 personas encuestadas que representan el 100%, se pudo determinar que un 80% considera que la distribución y funcionamiento de los espacios en el actual mercado central de La Concordia no es la correcta debido a que la distribución no está hecha por secciones, mientras que un 20 % considera que **sí**.

5. ¿Qué nivel de inseguridad piensa usted que existe en la zona del actual mercado central de La Concordia?

	Alto	Medio	Bajo	Nada	TOTAL
N° Personas	240	80	80	0	400
%	60%	20%	20 %	0%	100 %

TABLA# 15: Nivel de seguridad

Fuente: Elaborado por tesista



IMAGEN# 82: Nivel de seguridad

Fuente: Elaborado por tesista

Análisis: De 400 personas encuestadas que representan el 100%, se pudo determinar que un 60% considera que el nivel de inseguridad de zona comercial donde se encuentra el mercado central de La Concordia es alto, mientras que un 20 % indica que es medio y otro 20% indica que el nivel de inseguridad es muy poco.

6. ¿Qué nivel de insalubridad piensa usted que existe en el actual mercado central de La Concordia?

	Alto	Medio	Bajo	Nada	TOTAL
N° Personas	320	80	0	0	400
%	80%	20%	0 %	0%	100 %

TABLA# 16: Nivel de insalubridad
Fuente: Elaborado por tesista

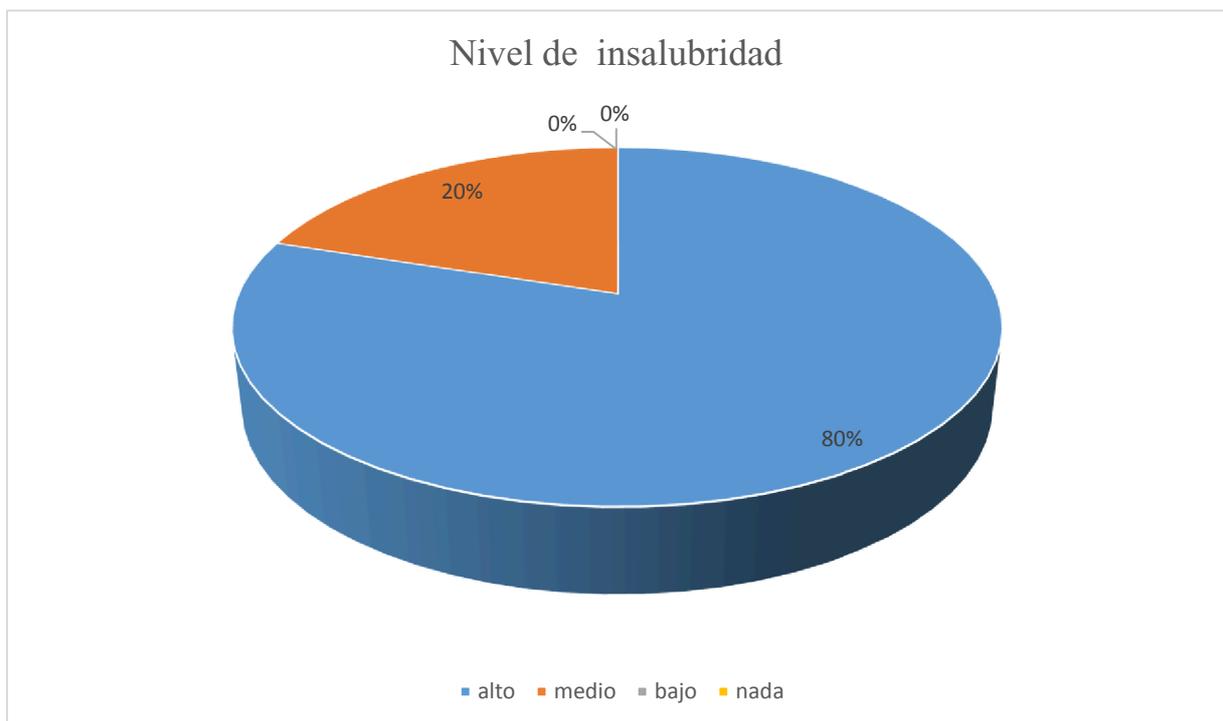


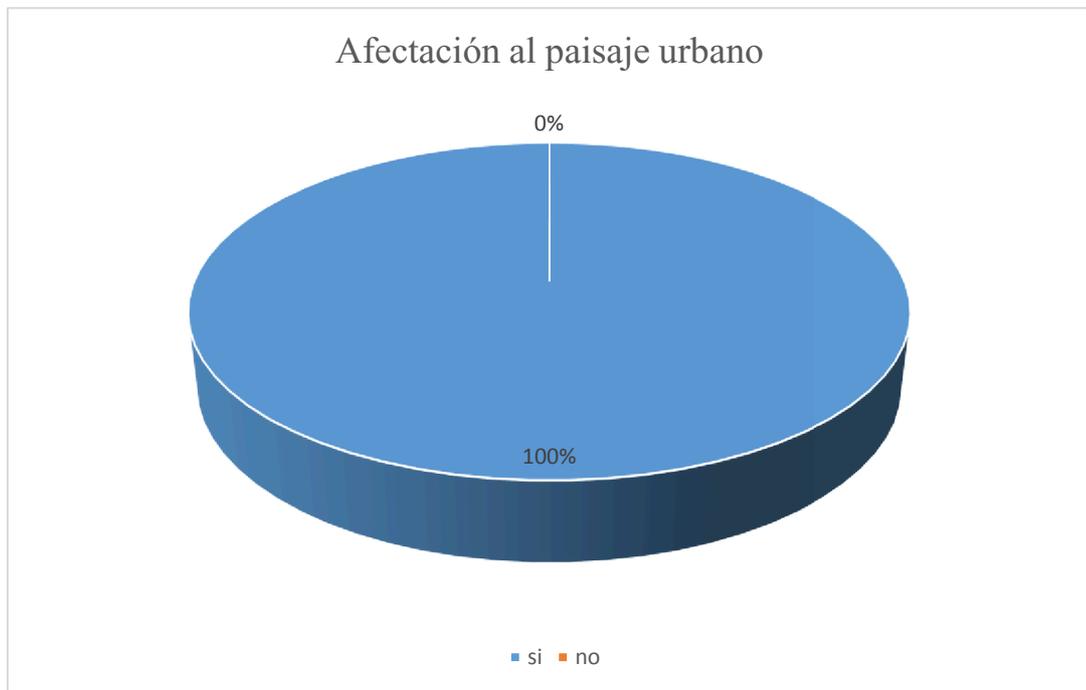
IMAGEN # 83: Horarios que visita los espacios públicos
Fuente: Elaborado por tesista

Análisis: De 400 personas encuestadas que representan el 100%, se pudo determinar que un 80% considera que el nivel de insalubridad del actual mercado central de La Concordia es alto, mientras que un 20 % indica que es medio, esto debido a que muchas veces no cuentan con agua para lavar alimentos para uso personal.

7. **¿Considera que el estado actual del mercado central de La Concordia y sus alrededores contribuyen a la degradación del entorno, afectando así al paisaje urbano del cantón?**

Respuesta	Si	No	TOTAL
N° Personas	400	0	400
%	100%	0%	100 %

TABLA# 17: Degradación del entorno por estado actual del mercado
Fuente: Elaborado por tesista



IMAGEN# 84: Degradación del entorno por estado actual del mercado
Fuente: Elaborado por tesista

Análisis: De 400 personas encuestadas que representan el 100%, se pudo determinar que ese mismo 100% considera que el estado actual del mercado y sus alrededores contribuye a un deterioro de la imagen urbana de la ciudad ya sea por contaminación del mismo o por el desorden que se genera en especial los fines de semana que llega más afluencia de personas.

8. ¿Existe comercio informal en los alrededores del mercado actual de La Concordia?

Respuesta	Si	No	Talvez	TOTAL
N° Personas	100	205	75	380
%	26%	53%	21 %	100 %

TABLA# 18: Existencia de comercio informal

Fuente: Elaborado por tesista

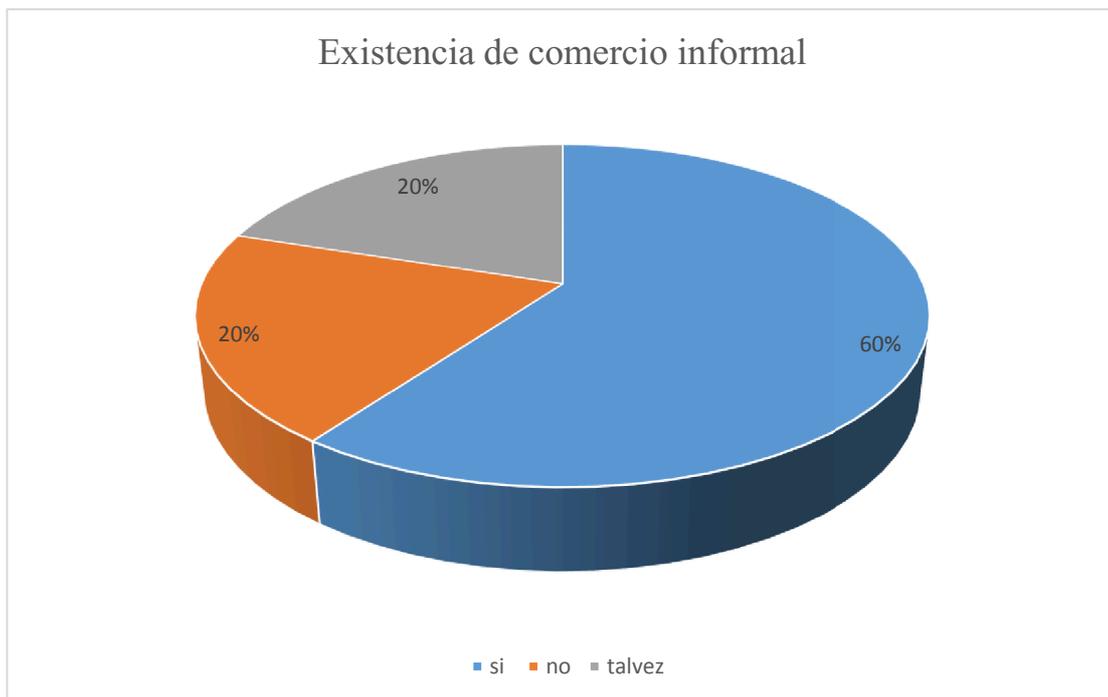


IMAGEN # 85: Existencia de comercio informal

Fuente: Elaborado por tesista

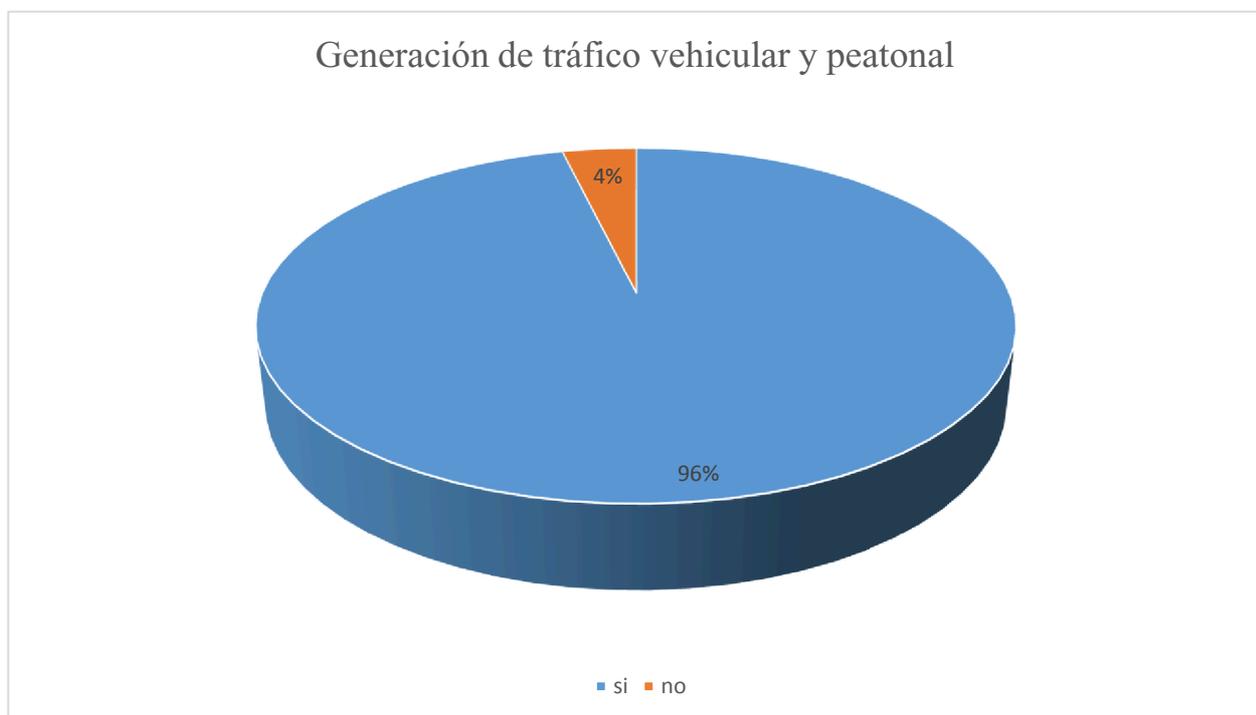
Análisis: De 400 personas encuestadas que representan el 100%, se pudo determinar que el 60% considera que existe comercio informal a los alrededores del actual mercado esto como producto de la falta de localias para el comercio y por la mala gestión de las autoridades, mientras que un 20% aseguró que no existía ese tipo de comercio en el mercado otro 20 % respondió talvez debido a que no están seguros si varios comerciantes tienen localias propias.

9. **¿Considera usted que se crea tráfico tanto vehicular como peatonal por el funcionamiento del actual mercado?**

Respuesta	Si	No	TOTAL
N° Personas	385	15	400
%	96%	4%	100 %

TABLA# 19: Tráfico vehicular y peatonal

Fuente: Elaborado por tesista



IMAGEN# 86: Tráfico vehicular y peatonal

Fuente: Elaborado por tesista

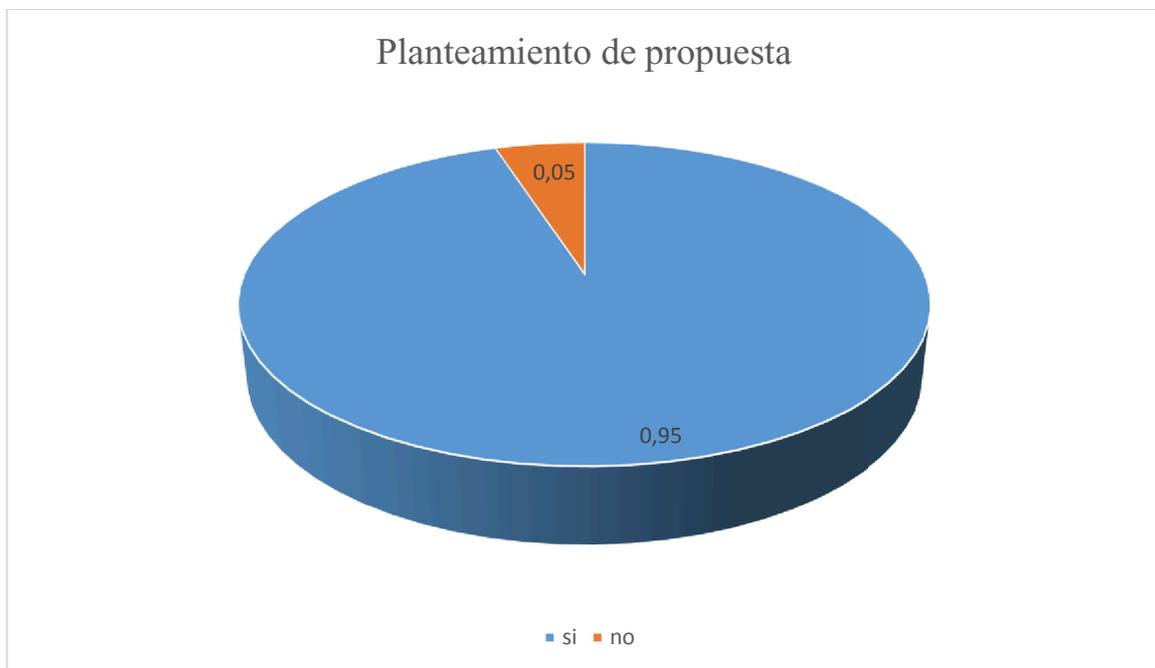
Análisis: De 400 personas encuestadas que representan el 100%, se pudo determinar que el 96% considera que si se genera tráfico vehicular y peatonal en el mercado y en sus alrededores, esto como consecuencia de la desorganización de los locales y el comercio informal, mientras que un 4% asegura que no se da ningún tipo de congestión en la zona.

10. ¿Estaría usted de acuerdo con que se plantee un rediseño del mercado actual y así se mejore los espacios tanto para la venta como la adquisición de productos?

Respuesta	Si	No	TOTAL
N° Personas	400	0	400
%	100%	0%	100 %

TABLA# 20: Planteamiento de propuesta

Fuente: Elaborado por tesista



IMAGEN# 87: Planteamiento de propuesta

Fuente: Elaborado por tesista

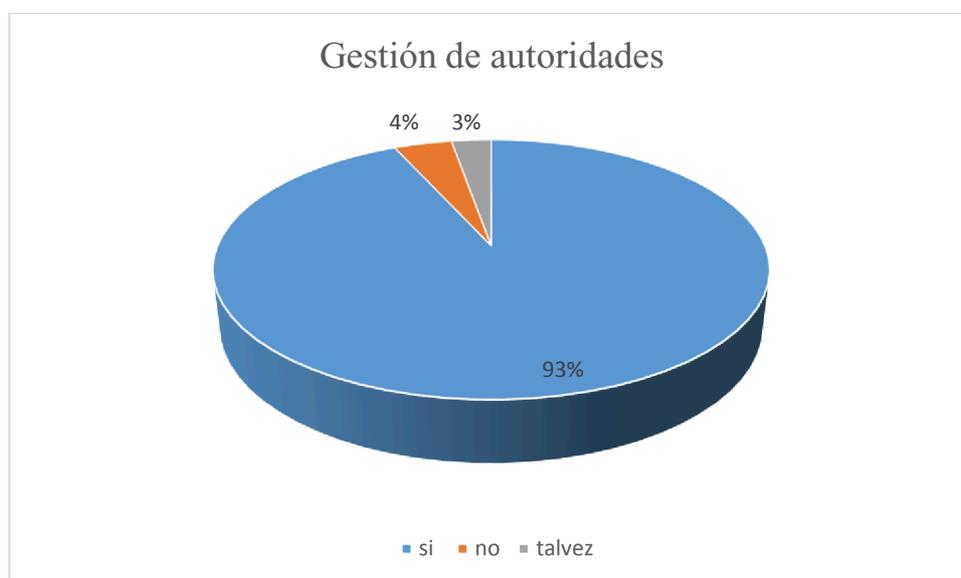
Análisis: De 400 personas encuestadas que representan el 100%, se pudo determinar que el 95% esta de acuerdo con que se plantee una propuesta de rediseño para el mercado actual y sus alrededores, mientras que un 5% siendo en su mayor parte comerciantes que sienten cierto temor ya que piensan que se quedarían sin su puesto o local para hacer comercio.

11. ¿ Usted considera que las autoridades del cantón no han sabido gestionar una propuesta de un nuevo mercado?

Respuesta	Si	No	Talvez	TOTAL
N° Personas	373	16	11	400
%	93%	4%	3%	100 %

TABLA# 21: Gestoón de autoridades

Fuente: Elaborado por tesista



IMAGEN#88: Gestión de autoridades

Fuente: Elaborado por tesista

Análisis: De 400 personas encuestadas que representan el 100%, se pudo determinar que el 93% considera que no ha existido una buena gestión por parte de las autoridades para un nuevo mercado mientras que un 4% dice que no es por la falta de gestión sino por el poco dinero que recibe le municipio, y por último un 3 % dice que si puede ser por la falta de gestión.

12. ¿Considera usted factible la realización de un nuevo mercado en el terreno donde se ubica el actual mercado central?

Respuesta	Si	No	TOTAL
N° Personas	360	40	400
%	100%	0%	100 %

TABLA# 22: Ubicación de la propuesta
Fuente: Elaborado por tesista



IMAGEN# 89: Ubicación de la propuesta
Fuente: Elaborado por tesista

Análisis: De 400 personas encuestadas que representan el 100%, se pudo determinar que el 90% está de acuerdo en que la nueva propuesta sea en el mismo lugar, esto por historia y tradición y por ser el corazón comercial del cantón, mientras que un 10% opina que no, que se puede hacer en otro lugar

12.3 Interpretación de resultados

En base a la investigación de campo desarrollada a través de la realización de encuestas a varios comerciantes y usuarios del mercado central de La Concordia podemos determinar que las instalaciones del actual mercado tienen varios problemas como son la insalubridad por falta de servicios básicos y la contaminación que se genera gracias a varios productos que son perecibles a corto tiempo y que emanan olores no agradables debido al calor generado por el impacto directo del sol. Además las estructuras del mercado no están en mejores condiciones para poder brindar el servicio de intercambio propio de los mercados, otro problema que se logró determinar es el asunto del espacio funcional y la organización del mismo en cuanto a una correcta distribución de los locales por el tipo de productos que se venden, ya que solo de esta manera el usuario se sentirá cómodo recorriendo el mercado además que se podrá así regular el comercio informal que se hace presente en los alrededores del mercado el mismo que genera tráfico tanto vehicular como peatonal y que de cierta manera afecta a la imagen urbana de la ciudad.

En cuanto a la necesidad de un nuevo mercado la mayoría está de acuerdo que se realice o socialice un proyecto que sea inclusivo para todos los comerciantes, pero debe de ser en el mismo sector que se implanta el actual mercado, esto por tradiciones históricas de los comerciantes que muchos son piedras fundadoras del mismo, las personas que no estaban de acuerdo con un nuevo mercado expresaron su temor de ser aislados y de quedar sin un local para poder realizar su comercio, de esta forma optaron por decir que no. Sin embargo, de manera concluyente puedo decir que la propuesta de un nuevo mercado en el mismo sitio servirá para regenerar la zona comercial del cantón y atraerá más compradores locales y extranjeros, motivados por la posibilidad de hacer compras en un sitio aseado, funcional y estético hacia la percepción del usuario, solo así se podrá solucionar o mitigar varios de los problemas ya enunciados con anterioridad.

12.4 Pronóstico

De acuerdo a los datos y la información recopilada en la presente investigación podemos afirmar que el actual mercado del cantón La Concordia y su zona comercial inmediata se encuentra en condiciones saturadas desde el punto de vista de espacios o locales destinados para la compra y venta, además de que el impacto generado hacia el entorno y la imagen urbana de la ciudad es negativo debido a la contaminación que genera y los conflictos de fluidez en cuanto a la circulación ya sea peatonal o vehicular. Por tales motivos la realización de la propuesta se vuelve necesaria para solucionar los problemas mencionados.

12.5. Comprobación de idea planteada

HIPOTESIS	ITEM DE INDICADOR	INDICE
La desorganización espacial de la zona comercial del cantón La Concordia se debe a una inadecuada gestión del territorio por parte de las autoridades.	¿Usted considera que las autoridades del cantón no han sabido gestionar una propuesta de un nuevo mercado?	El 93% considera que no ha existido una buena gestión por parte de las autoridades para un nuevo mercado
	¿Considera usted factible la realización de un nuevo mercado en el terreno donde se ubica el actual mercado central?	El 90% está de acuerdo en que la nueva propuesta sea en el mismo lugar, por historia y tradiciones.
	¿Considera que el estado actual del mercado central de La Concordia y sus alrededores contribuyen a la degradación del entorno, afectando así al paisaje urbano del cantón?	El 100% considera que el estado actual del mercado y sus alrededores contribuye a un deterioro de la imagen urbana de la ciudad.
	¿Cree usted que las estructuras actuales del mercado central están en buen estado físico tanto para la venta como la compra de productos?	El 100% considera que las estructuras no están en las mejores condiciones, por falta de mantenimiento o por lo obsoleta.
	¿Considera usted que se crea tráfico tanto vehicular como peatonal por el funcionamiento del actual mercado?	El 96% considera que si se genera tráfico vehicular y peatonal en el mercado y en sus alrededores.
	¿Estaría usted de acuerdo con que se plantee un rediseño del mercado actual y así se mejore los espacios tanto para la venta como la adquisición de productos?	El 95% está de acuerdo con que se plantee una propuesta de rediseño para el mercado actual
	¿Existe comercio informal en los alrededores del mercado actual de La Concordia?	El 60% considera que existe comercio informal a los alrededores del actual mercado
	¿Cree usted correcta la distribución y funcionamiento de los espacios en el actual mercado central de La Concordia?	Un 80% considera que la distribución y funcionamiento no es correcta
	¿Qué nivel de desorganización espacial piensa usted que existe en el actual mercado central del cantón La concordia?	Un que un 80% considera que existe una alta desorganización espacial

Tabla# 23: Comprobación de idea planteada

Fuente: Elaborado por tesista/PDOT

13. Capítulo 3 – La propuesta

La conceptualización del proyecto



La caja de “Pandora”

La historia cuenta que Zeus, deseoso de vengarse de Prometeo por haber robado el fuego y dárselo a los humanos, presentó al hermano de este, Epimeteo, una mujer llamada Pandora, con quien este se casó. Como regalo de bodas, Pandora recibió un misterioso pithos —una tinaja ovalada, aunque actualmente sea citada y aceptada como una caja— con instrucciones de no abrirlo bajo ninguna circunstancia. Los dioses habían otorgado a Pandora una gran curiosidad, por lo que decidió abrir la tinaja para ver qué había dentro. Al abrirlo, escaparon de su interior todos los males del mundo. Cuando atinó a cerrarla, solo quedaba en el fondo Elpis, el espíritu de la esperanza, el único bien que los dioses habían metido en ella. De esta historia surgió la expresión «La esperanza es lo último que se pierde. Hoy en día, «abrir una caja de Pandora» significa una acción en apariencia pequeña o inofensiva, pero que puede atraer consecuencias catastróficas.⁷¹



Ilustraciones: #3-4 La caja de pandora

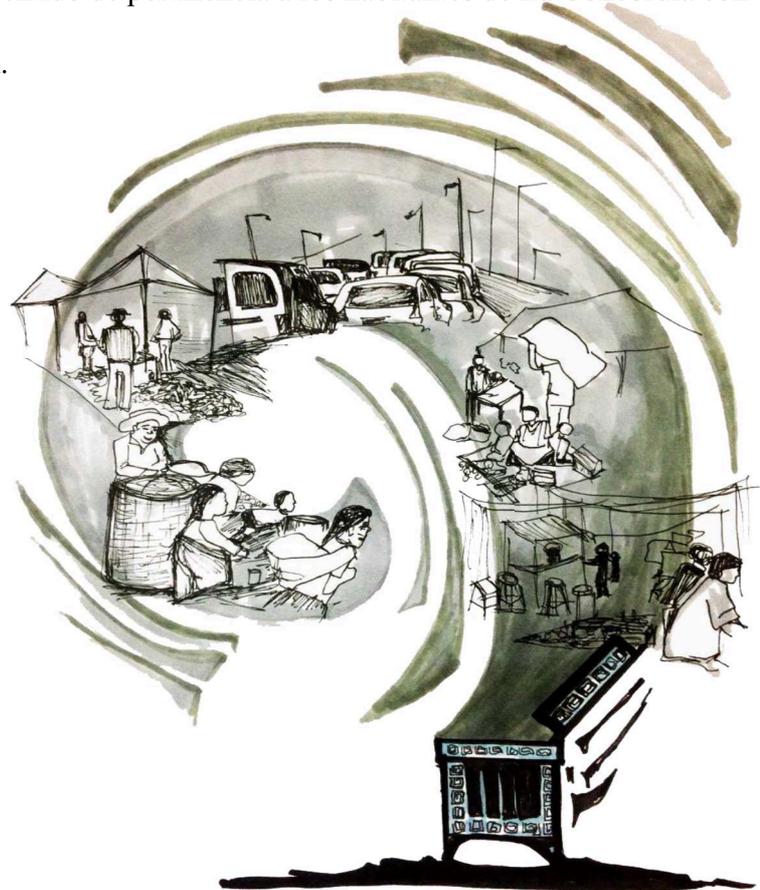
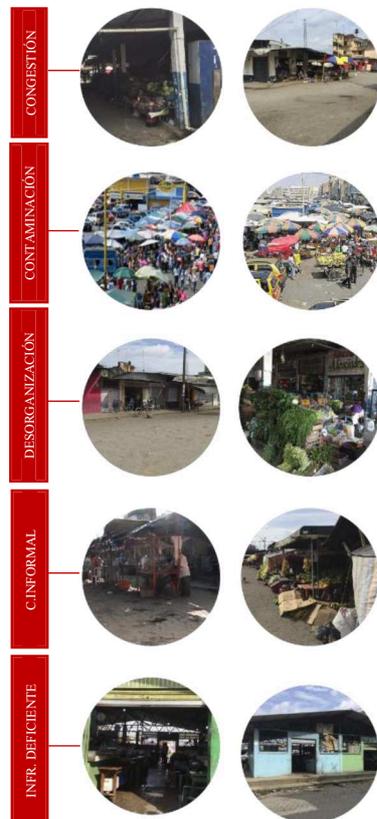


Fuente: elaborado por tesista/2018



La caja de “Pandora” inversa

Este concepto aplicado al proyecto del mercado se justifica analógicamente en forma y función desde el punto de vista de la arquitectura, el volumen del mercado, que es el elemento solido es la denominada caja de pandora de forma literal, la cual al abrirse o en este caso al diseñarse la propuesta del mercado va a liberar pero a la ciudad de ciertos males o problemas generados por la falta de un mercado con un diseño responsable y con estructura eficiente y suficiente para dar cabida a los comerciantes y brindar comodidad y bienestar a los compradores. Una vez eliminado los males lo que quedará es el producto de un diseño coherente en forma y función convirtiéndose de esta manera en la esperanza o en un hito arquitectónico que ayude a potenciar la ciudad desde el punto de vista económico – comercial y que a la vez llene de orgullo y de sentido de pertinencia a los habitantes de La Concordia con respecto a su mercado y a su cantón.



Ilustraciones #5 La caja de pandora

Fuente: elaborado por tesista/2018

13.1 Análisis de sistema arquitectónico Urbano

13.1 Análisis de sistema arquitectónico Urbano

-Arquitectónico:

La razón principal que motivó al desarrollo de este trabajo es la necesidad de mejorar el entorno y las condiciones de habitabilidad de los pobladores del cantón La Concordia.

En consecuencia, se ha llevado a cabo una propuesta de carácter arquitectónico, direccionada a solucionar la desorganización espacial generada en la zona comercial de la ciudad a través de una propuesta de un mercado multifuncional y de un estacionamiento anexo al mercado en otro terreno, con el fin de solucionar los problemas de parqueos y congestión vehicular que se han desarrollado en los alrededores del actual mercado desde hace un tiempo considerable. Estas propuestas se complementan para funcionar de acuerdo a las características locales de la población y sus actividades productivas, cubriendo las necesidades básicas de los comerciantes.

-Urbano:

Desde el punto de vista urbano se busca darle una mejor imagen al sector comercial, esto mejorando las vías y aceras más próximas al mercado, de esta forma se le da carácter a la zona y se enlaza con el equipamiento arquitectónicos para crear un gran proyecto desde el punto de vista arquitectónico – urbano además se dotará del respectivo mobiliario como lo son: bancas, luminarias, basureros y paradas de buses en puntos estratégicos.

La arborización de las vías y aceras también es un punto a tratar para mejorar el sistema urbano del Cantón y en especial del sector donde se implantará el mercado.



Imagen: 90-91-92-93 /referencias de mobiliario urbano

Fuente: google maps/2018

13.1.1 Terrenos de propuesta y vías a intervenir

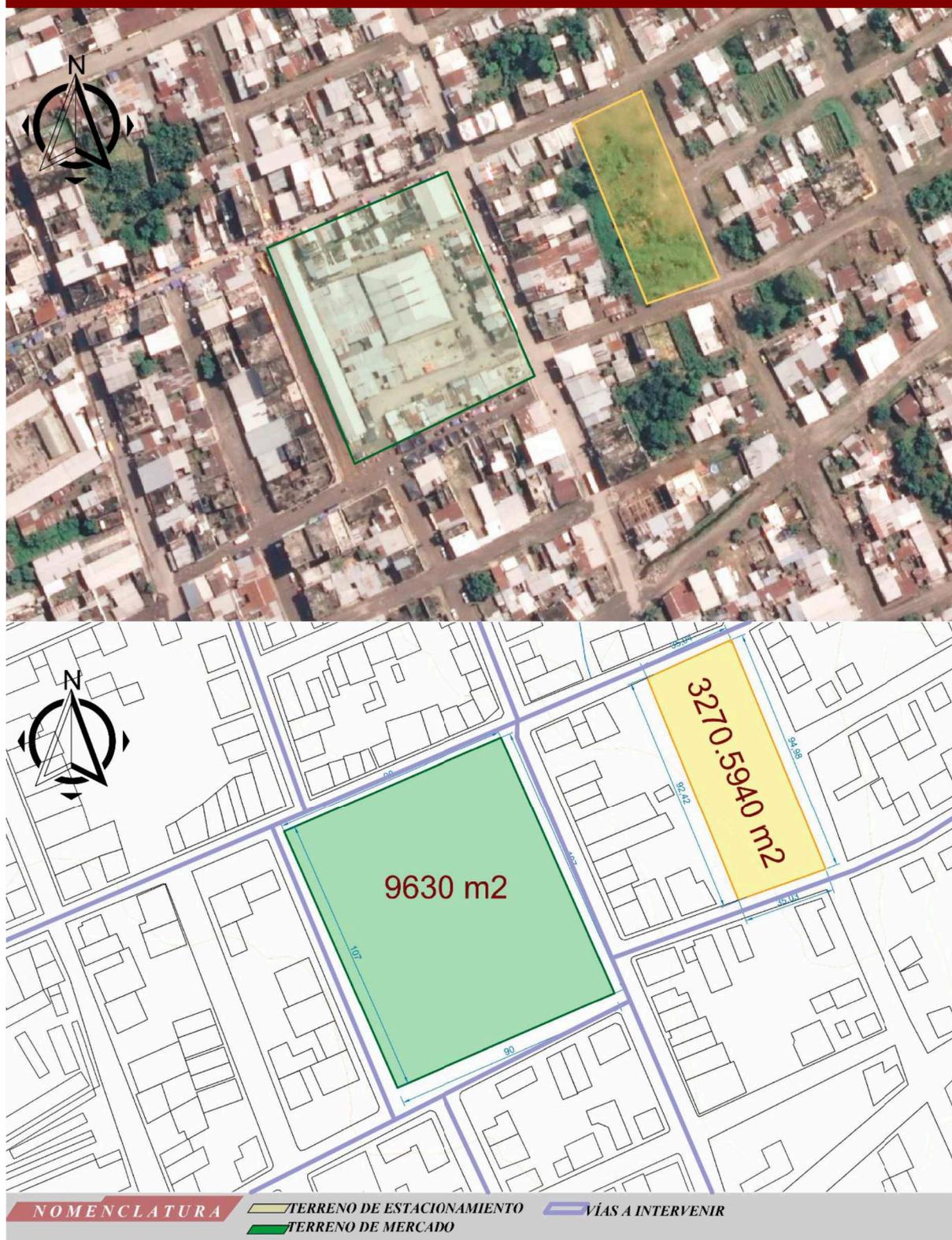


Imagen #94 terrenos para propuestas

Fuente: elaborado por tesista/2018

En la imagen podemos ver los terrenos y las vías a intervenir en la propuesta con el fin de mejorar la zona comercial del cantón La Concordia.

13.1.1 Aspectos funcionales

Un mercado tiene la característica principal de brindar variedad de productos, en este caso la propuesta desde el aspecto funcional se encarga dar esa variedad pero va mas allá al tener otros tipos de comercios distribuidos espacialmente con el fin de crear itinerarios para los compradores, es decir la propuesta se basa en la organización espacial, para lo cual resulta indispensable brindar a los comerciantes un lugar óptimo de trabajo, salubre, ordenado y seguro, así como los clientes deben recibir una atención de primera que garantice la calidad de los productos que consumirán.

El equipamiento se dirige a mejorar la actividad del intercambio comercial para lo cual se plantea dos bloques específicos, uno que estará integrado por las zonas húmeda y semi – húmedas, siendo así el bloque más grande y el segundo que contenga todas las zonas secas que componen un mercado, esto con el fin de cumplir los siguientes objetivos funcionales:

- Organizar los comercios formales e informales que están el actual mercado
- Brindar espacios adecuados para los compradores.
- Crear espacios de parqueo para mitigar la congestión vehicular en los alrededores.
- Aplicar las normativas adecuadas para el correcto diseño de un mercado.
- Zonificar el mercado con las diferentes áreas y espacios indicados en el programa de diseño, teniendo así 4 zonas específicas que contienen otros espacios que la complementan y estas son:



Tabla #24 : zonas del mercado

Fuente: elaborado por tesista/2018

13.1.2.1 Zona administrativa:

Descripción de la zona administrativa:

Sector destinado a permitir el correcto funcionamiento del mercado desde el aspecto de la logística, dirección y organización del equipamiento.

ÁREA DE OFICINAS		
ESPACIO	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIÓN
GERENTE	Espacio privado para 1 o 3 usuarios, aquí se puede ejercer el control de las actividades del mercado.	El área recomendada es de 12m ² como mínimo, debe tener ventilación e iluminación natural.
SUBGERENTE	Espacio privado para 1 o 2 usuarios, aquí también se puede ejercer el control de las actividades del mercado.	El área recomendada es de 12m ² como mínimo, debe tener ventilación e iluminación natural.
SECRETARÍA	Espacio encargado de complementar a otras oficinas de la administración, puede ser para 1 o 3 usuarios.	El área recomendadas es de 10 a 12 m ² y debe tener iluminación y ventilación.
CONTABILIDAD	Espacio encargado de llevar la contabilidad del mercado puede ser para 1 o 2 usuarios	El área recomendadas es de 10 a 12 m ² y debe tener iluminación y ventilación.
OFICINA DE IMPUESTOS	Espacio encargado de recaudar el alquiler de impuestos y rentas de los locales, 1 usuario.	El área recomendadas es de 10m ² y debe estar ventilado e iluminado de forma natural.
DPTO. DE SANIDAD	Espacio encargado para el jefe se sanidad e inspección. 1 a 2 usuarios.	El área recomendada es de 8 a 10 m ² . Y debe estar ventilado e iluminado.
SALA DE REUNIONES	Espacio destinado a llevar las reuniones de todo el personal administrativo.	El área puede variar dependiendo del número de usuarios.
S. DE ESPERA /RECEP.	Espacio destinado a brindar información y un lugar cómodo para esperar.	Él puede ser de 10 a 12 m ²
CCTV/RADIO	Espacio destinado a brindar seguridad mediante la vigilancia e información a través de la radio.	El área puede variar dependiendo del número de vigilantes y de la magnitud del mercado.
SERVICIOS HIGIENICOS	Espacio destinado a brindar el servicio de limpieza.	Deberá existir un espacio para hombre y mujeres con su respectivo equipamiento

Tabla N25°: Programa arquitectónico

Fuente: tesista/2018

13.1.2.2 Zona de servicios:

Sector que brindar apoyo a las demás áreas, representa el complemento para el mercado.

ÁREA DE MÉDICA		
ESPACIO	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIÓN
CONSULTORIO GENERAL	Espacio privado para 1 usuario médico, el cual se encarga de resolver cualquier emergencia que atente con la vida humana.	El área recomendada es de 20m ² en donde se ubicaran mobiliarios de acuerdo a la función
CONSULTORIO ODONTOLÓGICO	Espacio privado para 1 odontólogo el cual se encarga de resolver cualquier emergencia odontológica.	El área recomendada es de 20m ² en donde se ubicaran mobiliarios de acuerdo a la función
CONSULTORIO PSICOLÓGICO	Espacio encargado de brindar apoyo social y mental a los usuarios del mercado	El área recomendadas es de 15 a 20 m ² y debe tener iluminación y ventilación.
S. DE ESPERA /RECEP.	Lugar que da información y apoyo a los consultorios.	El área puede variar de 10 a 15 m ²
SERVICIOS HIGIÉNICOS	Lugar para servicios higiénicos a los usuarios de esta área.	Puede existir un s/h en cada espacio o consultorio.
ÁREA DE GUARDERIA		
SALA DE CUNAS	Espacio donde se ubican las cunas de los infantes recién nacidos.	El área varía con el número de bebés y cunas para 20 cunas puede ser de 60m ² , debe estar aislado del ruido
HABIT. DE 2 A 3 AÑOS	Espacio donde los infantes realizan actividades varias en el día.	El piso estará cubierto de un material su área varía con el número de niños
HABIT. DE 3 A 4 AÑOS	Espacio donde los infantes realizan actividades varias entre ellas un poco de aprendizaje.	El área puede variar según el número de niños y de ser posible tener bancas.
COCINA/COMEDOR	Lugar donde se cocina y se alimenta a los infantes.	El área varía según los niños y el número de mesas.
AREA DE JUEGOS	Espacio destinado para actividades lúdicas.	Habrán juegos de todo tipo.
ENFERMERÍA	Lugar de emergencia para los niños.	El área puede ser de 10 a 12 m ²
SERVICIOS HIGIÉNICOS	Lugar para servicios higiénicos a los usuarios de esta área.	Puede existir un s/h en cada espacio y debe tener área para cambiar pañales.

Tabla N°26: Programa arquitectónico

Fuente: tesista/2018

ÁREA DE GUARDIANA		
ESPACIO	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIÓN
GARITAS DE SEGURIDAD	Espacios destinados a controlar la salida y entrada de usuarios y vehículos al equipamiento.	El área recomendada es de 8 a 10 m ² dependiendo cuantos sean los usuarios.
S/H	Se ubicará dentro de la garita.	El área será de hasta 3m ² .
ÁREA DE ALAMCENAMIENTO		
BODEGAS	Espacios destinados al almacenaje de varios productos y de elementos del mercado.	El área puede variar según el número de bodegas y la cantidad de productos.
FRIGORIFICOS	Espacio encargado de almacenar productos perecederos.	El área también puede variar y será un cuarto frio.
ÁREA DE CARGA Y DESCARGA		
PATIO DE MANIOBRAS	Sector donde los camiones ingresan, se parquean y salen.	El área debe ser lo suficiente grande para no crear accidentes..
PLATAFORMA DE DESCARGA	Área alta donde los camiones se ubican para descargar el producto.	Debe tener la altura especifica de los camiones.
PARQUEO DE CAMIONES	Espacio destinado para el parqueo de los camiones.	El área de cajón será de 24 m ² (6x4)
CUARTO DE BASURA	Lugar donde se ubican los desechos del mercado.	El espacio puede ser abierto o cerrado pero cercano a la calle.
ÁREA DE MAQUINAS		
CUARTO DE BOMBAS	Lugar donde se almacenan las bombas hidroneumáticas.	El área puede ser de 25m ² . Con puertas dobles
CURTO DE TRANSFORM. Y GENERADOR ELECTRI	Lugar destinado a las maquinas eléctricas.	El área puede ser de 35 a 40m ² . Con puertas dobles
ÁREA DE SERVICIOS HIGIENICOS		
SERVICIOS HIGIENICOS	Espacio destinado a brindar un lugar donde realizar necesidades biológicas.	1 inodoro cada 500m ² 2 lavabos /5 inodoros 2 urinarios /5inodros 1 urinario de niño/2 de adulto 1 cambiador de pañal 60x60 1 baño para personas con movilidad reducida (HyM)
CUARTO DE SERVICIO	Lugar donde se reúne el personal de servicio y donde se almacenan los implementos de limpieza.	El área puede de 40m ² incluyendo vestidores, sala de descanso y almacén de limpieza.

Tabla N°27: Programa arquitectónico

Fuente: tesista/2018

13.1.2.3 Zona de ventas:

Sector donde se realiza la compra y venta de productos, aquí se toman en cuenta las siguientes especificaciones:

1. Capacidad por unidad, 120-160 habitantes por puesto.
2. Dimensión operativa óptima: 120-180 puestos, la capacidad de un mercado es de 70 puestos por cada 10.000 habitantes; 350 puestos por cada 50.000 habitantes.
3. Norma de uso por local de 9 a 16 m².

ÁREA DE VENTAS SECTOR HÚMEDO		
Todos los productos a comercializar, tienen contacto con líquidos. En esta área que requiere la instalación de agua. Esta área necesita zonas de apoyo como los frigoríficos en los cuales se logra la conservación de los productos además debe tener una buena ventilación para no generar malos olores.		
ESPACIO	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIÓN
LOCALES DE CARNES BLANCAS Y ROJAS	Estos locales son los encargados de vender pollo, carne de cerdo, carne de vaca y otros derivados de las mismas.	El área del módulo o local puede ser de 7.50 hasta 12m ² , tendrán lavamanos propio.
LOCALES DE MARSICOS	Locales destinados a vender todo lo relacionado con productos del mar o de ríos.	El área del módulo o local puede ser de 7.50 hasta 12m ² , tendrán lavamanos propio
ÁREA DE VENTAS SECTOR SEMI-HÚMEDO		
Al igual que la anterior se necesita instalación para el lavado de los productos. Aquí se colocarán florerías, frutas y verduras y derivados de los lácteos.		
SECTOR DE FLORES	Espacio destinado a la venta de flores de cualquier tipo y otros elementos que complementan a los mismos.	El área del módulo o local puede ser de 7.50 hasta 12m ² , tendrán lavamanos propio.
SECTOR DE FRUTAS Y VERDURAS	Aquí se venden todas legumbres, verduras y frutas.	El piso estará cubierto de un material su área varía con el número de niños.
SECTOR DE JUGOS Y LACTEOS	Se venden todos los derivados de los lácteos y jugos de cualquier tipo.	El área del módulo o local puede ser de 7.50 hasta 12m ² , tendrán lavamanos propio.

Tabla N28°: Programa arquitectónico

Fuente: tesista/2018

ÁREA DE VENTAS SECTOR SECO

Esta área no se necesita la instalación de agua. Aquí se venderán artículos perecederos como granos básicos, ropa, zapatos, etc. Al poniente ya que son productos los cuales no les afecta el calor, aunque para los productos como telas no deben ser expuestas para no dañar el color.

ESPACIO	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIÓN
ABARROTOS	Se venderán, granos, cereales productos en botellas plásticas entre otros elementos.	El área del módulo o local puede ser de 7.50 hasta 12m2.
PANADERIA	Se realiza la venta de chocolates, pasteles y panes de todo tipo	Él puede variar dependiendo de la cantidad de hornos que se disponga para este espacio.
OTROS ARTICULOS	Relacionado con la venta de telas, herramientas, zapatos, ropa, joyas, lencería, bisutería, teléfonos entre otros.	El área del módulo o local puede ser de 7.50 hasta 12m2.

ÁREA DE VENTAS SECTOR DE COMIDA

Esta área está destinada para la venta de comida, ya sea comida rápida, preparada o islas relacionada con la venta de bocados o helados. Además, se ubicarán las, mesas y el mobiliario adecuado para brindar la comodidad necesaria a los usuarios.

PATIO DE COMIDAS	Espacio destinado para ubicar sillas y mesas con el fin de complementar a los locales de comida.	Se toma en cuenta el área de uso y área de circulación
LOCALES DE COMIDA	Espacios destinados a la venta de comida de todo tipo.	El área varía dependiendo el tipo de comida.
ISLAS DE COMIDA	Localidades particulares que venden, helados, bocaditos y postres	El área del módulo o local será de 5 a 6 m2 como mínimo.

Tabla N°29: Programa arquitectónico

Fuente: tesista/2018

13.1.2.4 Zona de exterior:

Esta área está comprendida por los parqueaderos de los usuarios y los espacios públicos que se creen. Según las normas de estacionamiento, 1 parqueo por cada 5 puestos. Además, se propone hacer uso de un terreno municipal con el fin de brindar más parqueos para las personas o usuarios que vienen de zonas aledañas.

ÁREA DE PARQUEADEROS		
<p>Todos los productos a comercializar, tienen contacto con líquidos. En esta área que requiere la instalación de agua. Esta área necesita zonas de apoyo como los frigoríficos en los cuales se logra la conservación de los productos además debe tener una buena ventilación para no generar malos olores.</p>		
ESPACIO	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIÓN
PARQUEADERO DE ADMINISTRACION	Parqueadero destinado para los usuarios de los locales administrativos.	Los cajones serán de 5 x 2.50 m lo cual equivale a 12.50 m ² .
PARQUEADERO PARTICULAR	Parqueadero destinado para los usuarios particulares del mercado.	Los cajones serán de 5 x 2.50 m lo cual equivale a 12.50 m ² .
TERRENO PARA PARQUEDERO	Se propone un terreno para brindar una mayor cantidad de parqueos el terreno estará cerca del mercado.	Los cajones serán de 5 x 2.50 m lo cual equivale a 12.50 m ² .
ÁREA DE ESPACIO PÚBLICO		
PLAZA	Se dispone crear una plaza de mercado donde fluya la circulación	Tendrá árboles, y el mobiliario urbano adecuado para brindar comodidad.
AREAS VERDES	Se dispone a ocupar del 10 a 15 % del terreno para crear áreas verdes.	Esta área tendrá árboles, arbustos, flores y césped, esto con el fin de oxigenar el ambiente y crear sombras.

Tabla N30°: Programa arquitectónico

Fuente: tesista/2018

13.1.2 Aspectos Formales

IDENTIDAD: Búsqueda de identidad en la producción principal del cantón:



Imagen # 95 -96



Fuente: Google imágenes

La Palma africana, como uno de los principales productos, se busca la analogía con los pilotes que sostengan el edificio.



Imagen # 97 -98



Fuente: Google imágenes

La piña forma parte de otro producto que potencia la economía del cantón, la analogía que se busca es con las celosías o fachadas ventiladas.

FORMA Y FUNCIÓN: Uso de criterios estéticos y coherentes para el proyecto



Imagen # 99 -100



Fuente: Google imágenes

El aspecto formal estará dado por figuras con ángulos rectos y la función aprovechando la iluminación y ventilación natural en la zona de ventas.

ESPACIO PÚBLICO: Creación de áreas que complementen el proyecto



Imagen # 101 -102

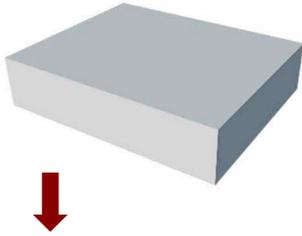


Fuente: Google imágenes

Se dará uso específico de cierta área para la creación de un espacio público como una plaza donde la circulación sea fluida y que también sirva como punto de encuentro.

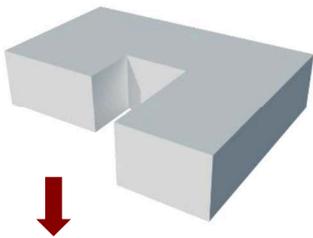
13.1.3.1 Conceptualización de la forma

Imagen #103 / Fuente: Tesista



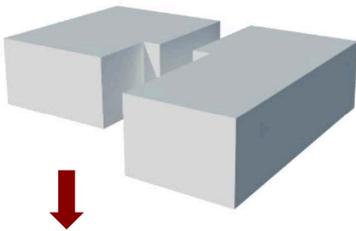
La forma parte del criterio simple del diseño: punto, línea, forma, es decir se plantea una figura pura con lo es un rectángulo y luego procedemos a moldearla a partir de los criterios de diseño y la organización espacial.

Imagen #104 / Fuente: Tesista



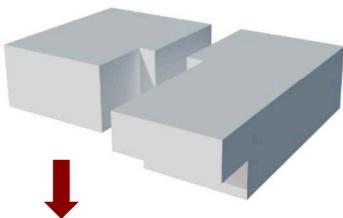
Se aprovecha la forma del terreno y se moldea la figura con el fin de darle más carácter, aquí se plantea una forma con un espacio centra que en el diseño será una plaza que se integre con el entorno urbano y con el mercado.

Imagen #105 / Fuente: Tesista



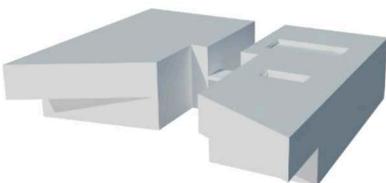
Aquí podemos observar que el volumen se descompone un poco más, lo cual es el resultado de la función que tiene como objetivo organizar los comercios dando, así como resultado dos bloques que se complementan para hacer las funciones de un mercado multifuncional.

Imagen #106 / Fuente: Tesista



En esta etapa de conceptualizar el diseño podemos observar que se generan los volados en los bloques, esto con el fin de darle más plástica al proyecto arquitectónico y de generar sombras en varios puntos del terreno.

Imagen #107 / Fuente: Tesista



Como resultado de este proceso tenemos dos bloques que generan volados con conectores centrales como lo es un espacio para la plaza pública, lo cual siempre ha sido una tradición en cualquier cultura, además se usa pozos de luz para iluminar ambientes.

13.1.3 Aspectos Técnicos

Estructura:

Se hará uso del sistema de canastilla que corresponde a zapatas de hormigón armado con anclaje para las columnas metálicas. Y se usaran vigas y cerchas metálicas para darle ligereza a la estructura, además de usar losas aligeradas.

Paredes:

Se usarán bloques en áreas alejadas a volados, mientras que en los perímetros de los volados se usarán muros tipo diafragma, el mismo sistema se usara en las escaleras y elevadores.

Falsa Fachada:

Se usarán paneles que tengan identidad con el cantón y que sirvan como falsas fachadas perimetrales en ciertos puntos.

Pisos:

Se usará texturas antideslizantes e impermeables en las áreas húmedas y de ventas y acabados de porcelanato en las áreas secas que no sean de ventas.

Iluminación:

Se busca aprovechar al máximo la luz natural haciendo fachadas abiertas con cristalerías, además se implementa pozos de luz en las plantas altas.

Ventilación:

Se intenta aprovechar los vientos con la ubicación del proyecto y se propone fachadas abiertas para tener ventilación cruzada mientras que en el área de mariscos y carnes se usaran ductos de ventilación al ser áreas con olores fuertes.

Climatización:

El área de mariscos y carnes estará a cierta temperatura para la conservación de los productos al igual que los frigoríficos y las bodegas de conservación.

13.1.4 Aspectos Ambientales

La propuesta plantea un correcto manejo de desechos, esto debido a la constante manipulación de productos perecibles, que, al no descomponerse en las condiciones correctas, se genera un impacto ambiental.

Desechos de productos perecibles

Para ello se propone una cámara fría para el almacenaje de desechos cárnicos, donde podrán ser refrigerados hasta que sean transportados a su destino sin emanar malos olores y presencia de insectos por su descomposición.

Desechos de productos no perecibles

Así mismo, beneficiando y contribuyendo al cuidado del medio ambiente, se propone un espacio para la recolección de los desechos donde podrán clasificarse según su procedencia o material, para posteriormente ser transportados a los centros de reciclaje o a los vertederos.

Manejo del paisaje urbano

Se plantea la creación de una plaza central que sirva de conexión entre los dos bloques, la misma que contara con una vegetación adecuada para darle carácter y así generar espacios verdes y agradables que oxigenen el ambiente del entorno inmediato de la propuesta, además se sembrara árboles en las vías y aceras regeneradas tomadas en cuenta dentro de la propuesta, dando, así como resultado un circuito verde que tenga como remate arquitectónico al mercado y contribuyendo al mejoramiento del paisaje urbano de la ciudad.



Imagen # 108°: Referencia de espacios públicos

Fuente: Google

13.2. Sub Sistema y Componentes

El proyecto consta de los siguientes aspectos:

SISTEMAS	SUB SISTEMAS	COMPONENTES
MOVILIDAD	VIAS	-Mejoramiento de vías -Mejoramiento de aceras -Pasos cebras -Bordillos -Señaléticas
EQUIPAMIENTO PÚBLICO	ESPACIOS PÚBLICOS	-Plaza del mercado -Plaza menor -Aceras
EQUIPAMIENTO URBANO	MOBILIARIO URBANO	-Luminarias -Botes de basura -Rampas para personas con capacidades especiales -Bancas
EQUIPAMIENTO URBANO	MOBILIARIO URBANO	-Luminarias -Botes de basura -Rampas para personas con capacidades especiales -Bancas
ESTACIONAMIENTOS	PARQUEOS	-Parqueo de discapacitados -Parqueo subterráneo -Parqueo exterior -Terreno de parqueo
PROPUESTA DE MERCADO	ÁREAS	-Administración -Exteriores -Servicios -Compra y venta

Tabla #31 Sistemas y componentes

Fuente: elaborado por tesista/2018

13.3. Planes, programas, proyectos, estrategias, acciones

El proyecto se basa en los siguientes planes y programas, con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad:

PLANES	PROGRAMAS	SUBPROYECTOS	PROYECTOS Y ACCIONES	RESPONSABLES
REGENERACIÓN VIAL	Mantenimiento de las vías	-Implantar vías peatonales -Regular circulación de transporte público -Regular circulación de buses	-Dotación de aceras y bordillos -Rampas para discapacitados -Mejoramiento de capa de rodadura -Señalética	-Dirección de obras públicas del GAD.
DISEÑO DE ESPACIOS PÚBLICOS	Dotación de espacios comunitarios	Crear espacios libres para la circulación peatonal y la creación de sombras y microclimas	-Implementación de plaza -Ampliación de aceras -Implementación de áreas verdes	-Dirección de obras públicas del GAD.
EQUIPAMIENTO URBANO DEL SECTOR	Dotación de mobiliario urbano	Ubicación de mobiliario urbano en las vías, aceras y alrededor de la propuesta	- Luminarias -Recipientes de basura -Bancas	Dirección de obras públicas del GAD.
DESARROLLO TERRITORIAL EN ARMONÍA CON EL AMBIENTE	Conservación sustentable del medio ambiente	-Capacitación de la comunidad general y del sector -Capacitación de comerciantes -Mantenimiento y conservación de áreas verdes	-Proyecto de arborización, mantenimiento y limpieza de las áreas verdes. -Manejo de desechos del mercado	Dirección de obras públicas del GAD.

Tabla #32 Planes y programas

Fuente: elaborado por tesista/2018

13.4 Lógica de implantación de la propuesta

13.4.1 Análisis de propuesta para uso de terreno de estudio



Imagen #109 :terreno de estudio - propuesta

Fuente: Elaborado por tesista

Lo que se propone es hacer uso de toda la manzana para establecerla como el terreno del nuevo mercado, integrando todas las estructuras y locales que están dispersos en una edificación que cumpla y satisfaga todas las necesidades comerciales tanto de clientes como

13.4.2 Análisis topográfico del terreno

Imagen #110



NOMENCLATURA



Curvas topográficas



Borde natural

Como podemos observar el terreno se ubica en una zona con pocas curvas topográficas debido a que se implanta en un 90% en una explanada lo cual lo hace ideal para la realización de este proyecto, esto desde el punto de vista incluso para personas con cualquier discapacidad física y para las personas que hacen trabajo de carga y descarga de productos.

13.4.3 Análisis de vías próximas al terreno

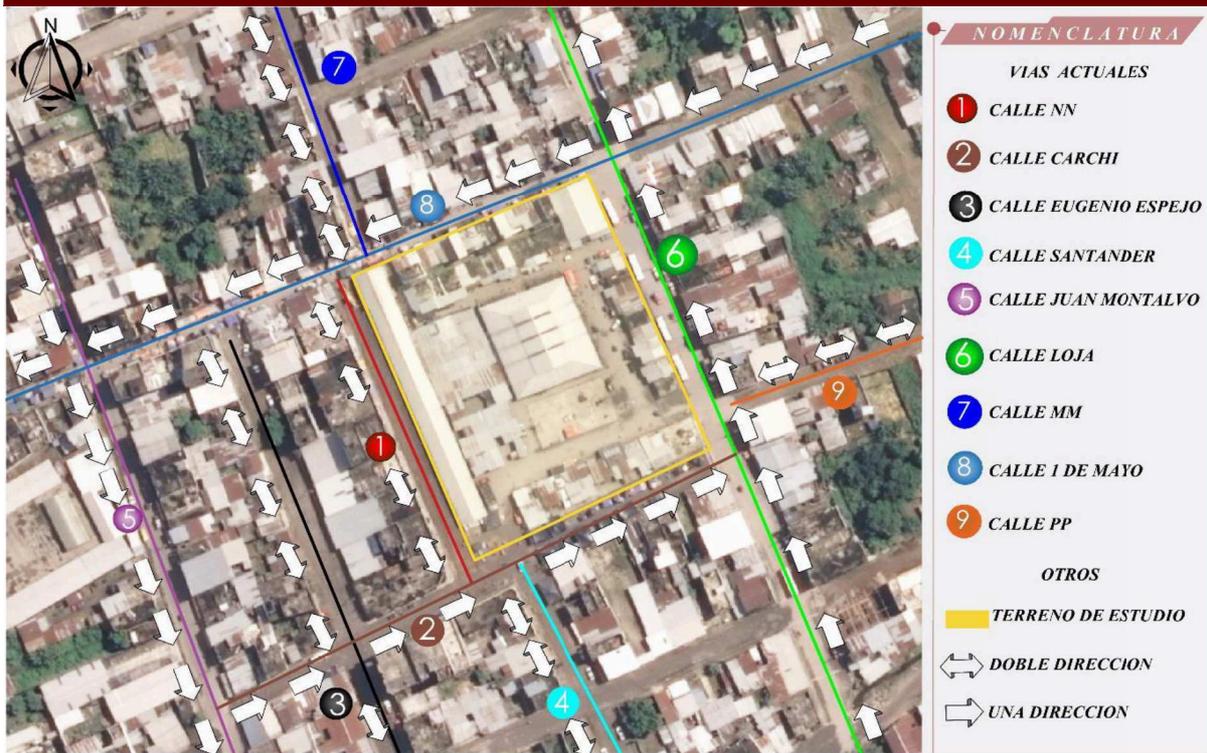


Imagen # 111: vías próximas al terreno

Fuente: Elaborado por tesista

1 CALLE NN

DESCRIPCIO

TEXTURA



Calle adyacente al pasaje comercial de ropa, zapatos y costureros, es de doble sentido y se conecta a la calle 1 de mayo y a la calle Carchi, mide 9 metros de ancho y circulan peatones y vehículos de carga particulares y moto taxis.



Adoquin

2 CALLE CARCHI



Calle que pasa de manera adyacente al mercado por el sector sur-este, mide 12 metros de ancho siendo una de las más amplias y transitadas por vehículos de carga, particulares y peatones, es de un solo sentido.



Adoquin/Asfalto

3 CALLE EUGENIO ESPEJO

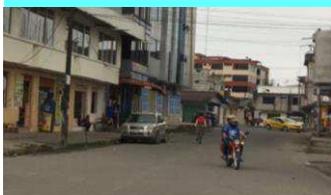


Calle de doble sentido, es de conectividad secundaria para el mercado, utilizada como flujo para acceder al edificio municipal, por ella transitan peatones y vehículos particulares en su mayoría. Mide 10 metros de ancho.



Adoquin

4 CALLE SANTANDER



Calle de doble sentido, es de conectividad directa con la calle Carchi, en su mayoría es transitada por vehículos particulares y de abastecimiento, mide aproximadamente 10 metros de ancho.

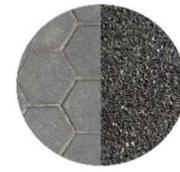


Adoquin

5 CALLE JUAN MONTALVO



Calle de un solo sentido se conecta con la calle Carchi que lleva al mercado y se intersecta con la calle 1 de mayo, transitada por transporte de abastecimiento y particulares además de peatones y moto taxis.

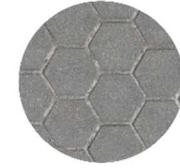


Adoquín/Asfalto

6 CALLE LOJA

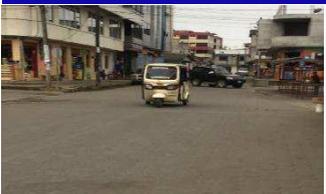


Calle de un solo sentido de alto flujo los días de feria, transitada por vehículos de carga, buses cantonales e interprovinciales, vehículos particulares, moto taxis y peatones, conexión directa con el terminal.



Adoquin

7 CALLE MM



Calle de doble sentido se conecta de manera directa con el mercado a través de la calle 1 de mayo donde se intersecta, su flujo se ve representado en su mayoría por vehículos particulares, moto taxis y peatones.



Adoquin/Lastre

8 CALLE 1 DE MAYO



Una de las calles con mayor historia del cantón es de un solo sentido y se conecta de manera directa con la Ave. Simón Plata T, por ella circulan vehículos particulares, moto taxis y en su mayor parte peatones.



Adoquin/Lastre

9 CALLE PP



Calle de doble sentido se conecta de manera directa con la calle Loja, por ella circulan vehículos de abastecimiento, particulares, moto taxis y peatones, tiene 10 metros de ancho aproximadamente.



Lastre

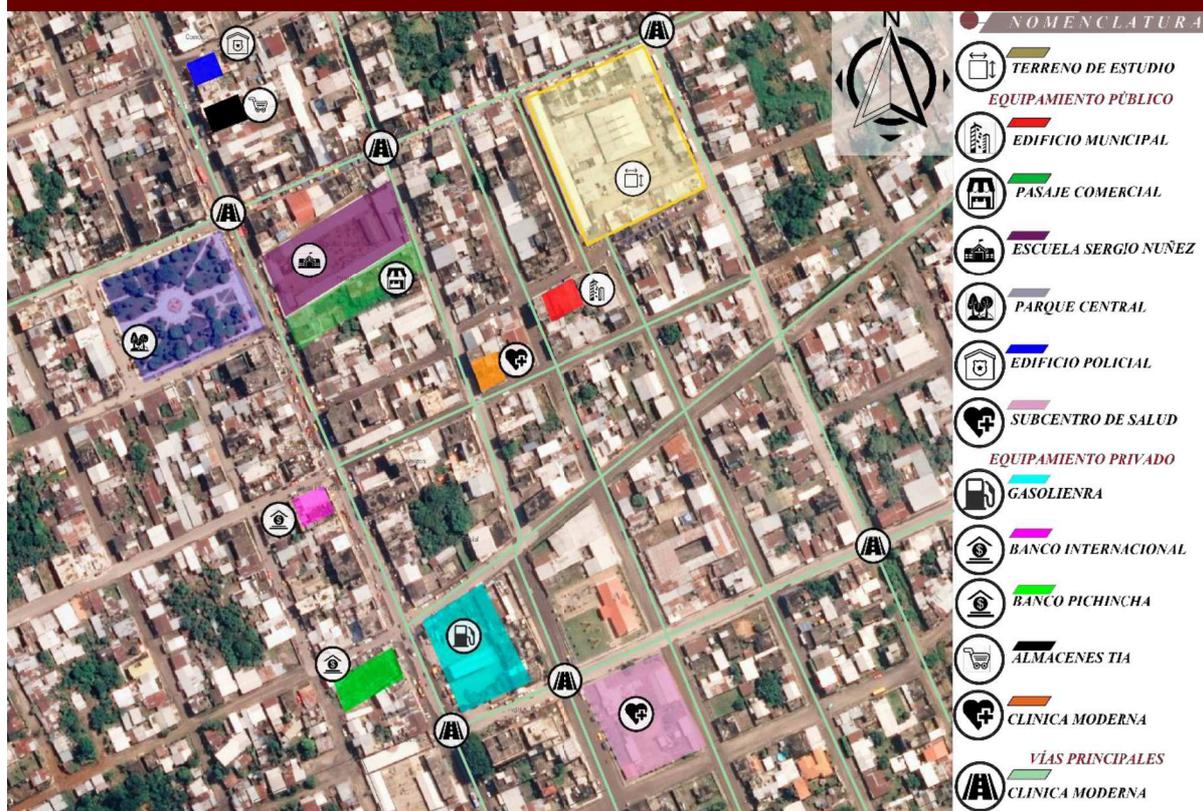
Resumen tabulado de vialidad próxima al terreno de estudio

#	CALLE	SENTIDO	MATERIAL	ESTADO	ANCHO	FLUJO
1	NN	Doble vía	Adoquín	7/10	9.00 m	medio
2	Carchi	Una vía	Adoquín-asf.	7/10	12.00m	alto
3	Eugenio Espejo	Doble vía	Adoquín	6/10	10.00m	alto
4	Santander	Doble vía	Adoquín	7/10	10.00m	medio
5	Juan Montalvo	Una vía	Adoquín-asf.	6/10	8.00m	alto
6	Loja	Una vía	Adoquín	7/10	10.60m	alto
7	MM	Doble vía	Adoquin-lastre	5/10	10.52m	bajo
8	1deMayo	Una vía	Adoquín-lastre	7/10	9.60m	medio
9	PP	Doble vía	Lastre	4/10	7.83m	medio

Tabla# 33 : Principales vias del terreno

Fuente: Elaborado por tesista/PDOT

13.4.4 Análisis de equipamientos próximos al terreno



Referencias Gráficas de los equipamientos

Imagen #112 / Fuente: Tesista 2018



Según los condicionamientos para la ubicación:

- *El terreno debe estar a 3km de un vertedero.
- *Lejos del ingreso principal de una escuela
- *Cerca de vías principales (Ave. Simón P. Torres)
- *Distancia prudente de una gasolinera
- *Cercanía con bancos para facilitar el acceso económico

13.4.5 Mapeo de distancia recorrida desde el equipamiento hacia el terreno de estudio

#	EQUIPAMIENTO	TIPO	DISTANCIA
1	Edificio del GAD	Publico	61.81 m
2	Pasaje comercial	Publico	153.37m
3	Escuela Sergio Núñez	Publico	193.39m
4	Parque central	Publico	326.58m
5	Edificio policial	Publico	384.40 m
6	Subcentro de salud	Publico	432.11m
7	Gasolinera	Privado	464.61m
8	Banco Internacional	Privado	296.50m
9	Banco Pichincha	Privado	330.15m
10	Almacenes Tía	Privado	388.88m
11	Clínica Moderna	Privado	162.89m

Tabla# 33 : Distancias desde el terreno a los equipamientos

Fuente: Elaborado por tesista/PDOT

13.4.6 Análisis de uso de suelo del terreno de estudio

Imagen #113



NOMENCLATURA

Terreno de estudio Uso de suelo CSD204

***Recreación:** La compatibilidad con el Mercado es indiferente.

***Vialidad:** Es compatible ya que el mercado debe tener vías de accesos importantes.

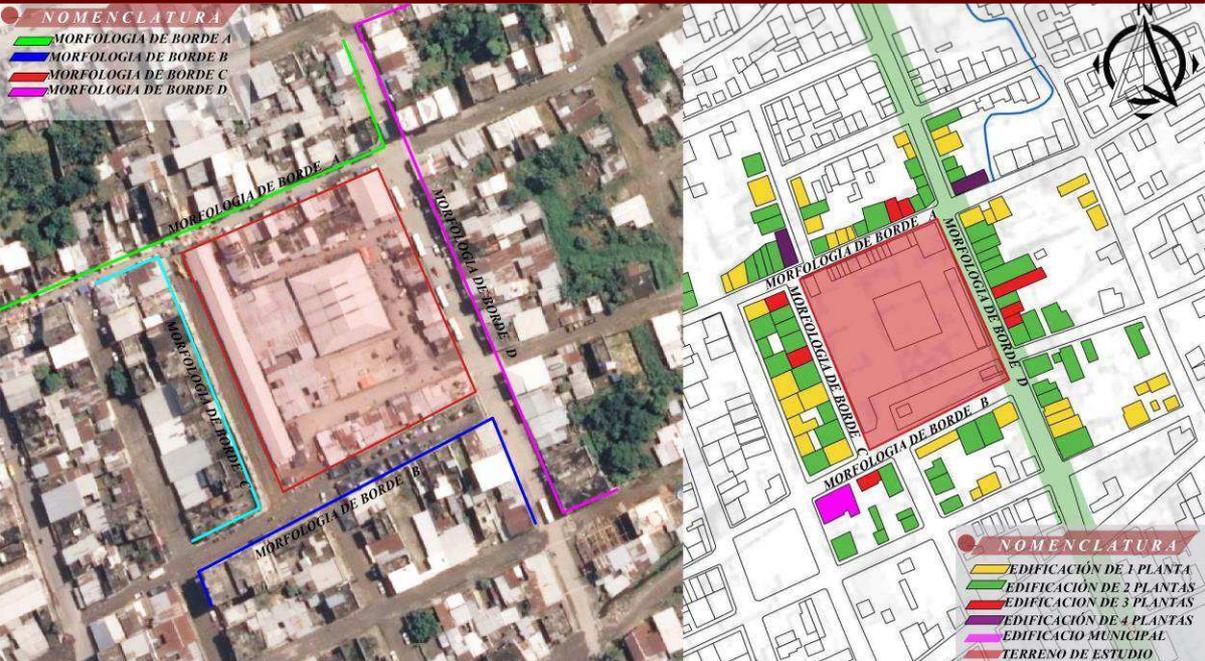
***Industrial:** El Mercado es indiferente con este uso de suelo.

***Residencial:** El mercado es compatible con el uso residencial alto, mas no con el bajo.

***Comercial:** Es compatible y en este caso es el CSD204 uso comercial y residencial (máx. 4pisos)

13.4.7 Analisis de la morfología de las viviendas proximas al terreno

Imagen #114



MORFOLOGÍA DE BORDE A



MORFOLOGÍA DE BORDE B



MORFOLOGÍA DE BORDE C



MORFOLOGÍA DE BORDE D



La morfología va de la mano con el uso de suelo. donde se manifiesta que debe existir edificaciones con una altura de hasta 4 plantas, la excepción es el municipio con 5p

Borde A: 1,2,3 y 4 plantas

Borde B: 1,2 y 3 plantas

Borde C: 1,2 y 3 plantas

Borde D: 1,2,3 y 4 plantas

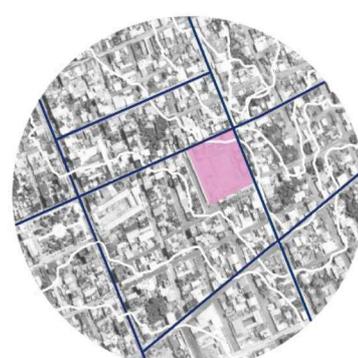
1. RUPTURA



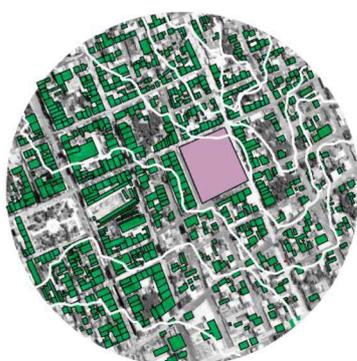
2. MOVILIDAD



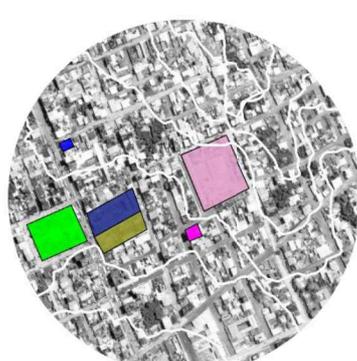
3. ESTRUCTURANTES



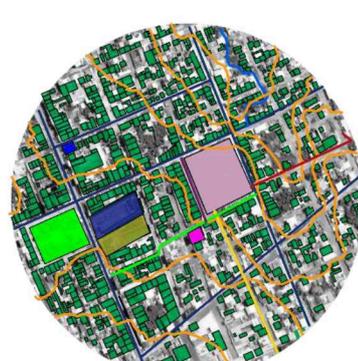
4. PERMANENCIA



5. EQUIPAMIENTO



6. CONCLUSIÓN



13.4.9 Análisis mediante cuadro paramétrico sobre la funcionalidad el terreno

PARÁMETRO	CAL 60/60(5)
UBICACIÓN: Se toma en cuenta la ubicación, así como la cercanía a vías principales, universidades, servicios y espacios para recreación.	4
USO DE SUELOS: El uso mixto de suelos es tomado con mayor apreciación.	5
ÁREA: Se toma en cuenta que tengan el área mínima necesaria indicada en el programa de necesidades.	5
COLINDANCIAS: Se toma en cuenta el tamaño de edificaciones y jerarquía de las mismas, así como áreas verdes colindantes.	4
ACCESOS: La facilidad de llegar a los mismos por vías principales, así como entrada al proyecto por vías menos transitadas.	5
SERVICIOS: Acceso a agua, electricidad, telefonía, Internet, recolección de basura, drenajes municipales.	4
BUSES: Se toma en cuenta a qué distancia del proyecto pasa el servicio de transporte público.	5
TOPOGRAFÍA: Se toma en cuenta la planicie del terreno.	5
ESPACIO PARA MODIFICACIÓN DE TERRENO	3
VISTAS: Las cualidades del terreno para una función formal de impacto	4
TOTAL	44/50

Tabla #34 : Cuadro parametrico

Fuente: Elaborado por tesista

13.5 Determinación del programa de necesidades

PROGRAMACIÓN				
ZONA	CONCEPTO	ÁREAS	ESPACIO	SUB - ESPACIO
ADMINISTRACION	Área destinada a llevar de manea adecuada el correcto funcionamiento del edificio, aquí se encuentran las oficinas encargadas de la logística del centro de convenciones	OFICINAS	GERENTE	
			SUBGERENTE	
			SECRETARIA	
			CONTADOR	
			OFICINA DE IMPUESTOS	
			DEPARTAMENTO DE SANIDAD	
			SALA DE REUNIONES	
			SALA DE ESPERA	
			CCTV	CUARTO DE ARCHIL.
		CAJEROS BANCARIOS		
S/H	SERVICIOS HIGIENICOS	S/H (HOMBRES)		
		S/H (MUJERES)		
SERVICIOS	Área destinada a brindar apoyo a los demás espacios que componen el mercado, es el complemento que sirve para todas las áreas	MEDICA	CONSULTORIO GENERAL	
			CONSULTORIO ODONTOLOGICO	
			CONSULTORIO PSICOLOGICO	
		S/H	SERVICIOS HIGIENICOS	S/H (HOMBRES)
				S/H (MUJERES)
		GUARDERIA	SALA DE CUNAS	
			AREA DE 2-3 AÑOS	
			AREA DE 3-4 AÑOS	
			COMEDOR	
			COCINA	
			ENFERMERIA	
			AREA DE JUEGOS	
		S/H	SERVICIO HIGIENICOS	S/H (ADULTOS)
				S/H (NIÑAS)
				S/H (NIÑOS)
		GUARDIANA	GARITA DE SEGURIDAD	
			SERVICIO HIGIENICOS	S/H (HOMBRES)
		ALMACENAMIENTO	BODEGAS	
			FRIGORIFICOS	
		CARGA Y DESCARGA	PATIO DE MANIOBRAS	
PLATAFORMA DE DESCARGA				
PARQUEO DE CAMIONES				
CUARTO DE BASURA				
S/H	SERVICIOS HIGIENICOS	S/H (HOMBRES)		
		S/H (MUJERES)		
CUARTO DE MAQUINAS	CUARTO DE BOMBAS			
	CUARTO ELECTRICO			
MANTENIMIENTO	VESTIDORES	S/H (HOMBRES)		
		S/H (MUJERES)		
	LAVADO DE PRODUCTOS			
	BODEGA DE MANTENIMEINTO			
VENTAS	Área destinada para la compra y venta de productos, la cual deberá estar sectorizada de acuerdo al tipo de comercio y de productos con el fin de facilitar la adquisición de los mismos por parte de los compradores	HÚMEDA	S. CARNES BLANCAS Y ROJAS	
			S. MARISCOS	
		SEMI - HÚMEDA	S. FLORES	
			S.FRUTAS Y VERDURAS	
			S.JUGOS Y LACTEOS	
		SECA	ABARROTOS	CEREALES
				GRANOS
				ARTICULOS VARIOS
			PANADERIA	CHICOLATES
				DULCES
			OTROS ARTICULOS	CEREALES
			JOYERIA	
			ROPA Y ZAPATOS	
	COSTURERIA			
	FERRERIA			
	VENTA DE TELEF.			
EXTERIOR	Comprende los espacios que rodean al terreno y al edificio.	COMIDA	PATIO DE COMIDAS	
		PARQUEADERO EN EL TERRENO DEL MERCADO	PARTICULAR	
			TAXIS	
			CAMIONES	
			MOTOS	
			BICICLETAS	
		PARQUEADERO ANEXO AL TERRENO DEL MERCADO	PARTICULAR	
			TAXIS	
			CAMIONES	
			MOTOS	
			BICICLETAS	
		ESPACIO PÚBLICO	PLAZA	
			ÁREAS VERDES	

Tabla #35: Programación

Fuente: elaborado por tesista /2018

13.5.1 Análisis áreas

Zona de administración

ANÁLISIS DE ÁREA																
SISTEMA	ZONA	SUB SISTEMA	EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO	ACTIVIDADES	USUARIOS	UNIDADES	ÁREA M2	X	Y	GRAFICO	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN		ÁREA TOTAL M2	
											NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL		
MERCADO MULTIFUNCIONAL	ZONA ADMINISTRATIVA	PRIVADA	OFICINA DE GERENTE	1 ESCRITORIO	ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO	1	1	18.00	4.50	4.00		*	*	*	*	18.00
				3 SILLAS												
				1 SOFÁ												
				1 ARCHIVERO												
				1 LIBRERO												
	PRIVADA	OFICINA DE SUB GERENTE	1 ESCRITORIO	ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO	1	1	16.00	4.00	4.00		*	*	*	*	16.00	
			3 SILLAS													
			1 SOFÁ													
			1 ARCHIVERO													
			1 LIBRERO													
	PRIVADA	SECRETARÍA	1 ESCRITORIO	ASISTENTE DEL GERENTE, SUB GERENTE, CONTADOR Y OTRO CARGOS	1	3	27.00	3.00	9.00		*	*	*	*	27.00	
			3 SILLAS													
			1 SOFÁ													
			1 ARCHIVERO													
	PRIVADA	CONTADOR	1 ESCRITORIO	CONTABILIDAD DEL MERCADO	1	1	12.00	4.00	3.00		*	*	*	*	12.00	
			3 SILLAS													
			1 SOFÁ													
			1 ARCHIVERO													
	PRIVADA	OFICINA DE IMPUESTOS	1 ESCRITORIO	RECAUDACIÓN DE RENTA DE LOS LOCALES	1	1	12.00	4.00	3.00		*	*	*	*	12.00	
			3 SILLAS													
1 SOFÁ																
1 ARCHIVERO																

Tabla #36 : Análisis de área administrativa

Fuente: elaborado por tesista

ANÁLISIS DE ÁREA																
SISTEMA	ZONA	SUB SISTEMA	EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO	ACTIVIDADES	USUARIOS	UNIDADES	ÁREA M2	X	Y	GRAFICO	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN		ÁREA TOTAL M2	
											NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL		
MERCADO MULTIFUNCIONAL	ZONA ADMINISTRATIVA	PRIVADA	DEPARTAMENTO DE SANIDAD	1 ESCRITORIO	INSPECCIONAR LOS LOCALES DEL MERCADO	1	1	12.00	4.00	3.00		*	*	*	*	12.00
				3 SILLAS												
				1 SOFÁ												
				1 ARCHIVERO												
		PRIVADA	SALA DE REUNIONES	1 MESA EN L	REUNIONES ENTRE EL PERSONAL DEL MERCADO	16	1	54.00	9.00	6.00		*	*	*	*	54.00
	16 SILLAS															
	1 PROYECTOR															
	PRIVADA	SALA DE ESPERA/ RECEPCIÓN	1 ESCRITORIO EN L	INFORMACIÓN Y ESPERAR	1	1	45.00	9.00	5		*	*	*	*	45.00	
			7 SILLAS													
			1 MESA DE SALA													
	PRIVADA	CCTV	2 ESCRITORIOS	VIGILANCIA	1	1	40.00	8	5		*	*	*	*	40.00	
			7 SILLAS													
			3 ARCHIVEROS													
			1 PANTALLA LED													
			8 COMPUTADORAS													
	1 MESA DE CAFE															
	PRIVADA	SERVICIOS HIGIENICOS SH (H-M)	1 INODORO	NECESIDADES BIOLÓGICAS	1	4	2.56	1.60	1.60		*	*	*	*	10.24	
			1 URINARIO													
			1 LAVAMANO													
												SUBTOTAL		246.24		
											TOTAL		246.24			

Tabla #37: Análisis de área administrativa

Fuente: elaborado por tesista

Zona de servicios

ANÁLISIS DE ÁREA																		
ZONA	TIPO	ÁREA	ESPACIO	EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO	ACTIVIDADES	USUARIOS	UNIDADES	ÁREA M2	X	Y	GRAFICO	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN		ÁREA TOTAL M2		
												NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL			
MERCADO MULTIFUNCIONAL	PÚBLICO	SERVICIO MÉDICO	CONSULTORIO GENERAL	1 ESCRITORIO	ATENCIÓN DE LA SALUD	3	3	36.00	6.00	6.00		*	*	*	*	108.00		
				3 SILLAS														
			CONSULTORIO ODONTOLÓGICO	1 CAMILLA														
				1 ARCHIVERO	SERVICIOS BÁSICOS	1	4	2.56	1.60	1.60		*	*	*	*	10.24		
			CONSULTORIO PSICOLÓGICO	1 LAVAMANO														
				1 INODORO														
		SALA DE ESPERA/ RECEPCIÓN	1 ESCRITORIO EN L	INFORMACIÓN Y ESPERAR	1	1	45.00	9.00	5		*	*	*	*	45.00			
			7 SILLAS															
			1 MESA DE SALA															
	PÚBLICO	GUARDERÍA	CUARTO DE CUNAS	20 CUNAS	2 MUEBLES	CUIDADO DE NIÑOS	22	1	54.00	9.00	6.00		*	*	*	*	54.00	
																		1 MESA
				CUARTO DE 2-3														10 SILLAS
			1 MESA															
CUARTO DE 3-4			2 MUEBLES															
				15 CUNAS	1 COCINA	PREPARACIÓN DE COMIDA	2	1	16.00	4.00	4.00		*	*	*	*	16.00	
				1 REFRIGERADOR														
				1 LAVAPLATOS														
				COMEDOR	4 MESAS	ALIMENTACIÓN	34	1	60	10.00	6.00		*	*	*	*	60.00	
					36 SILLAS													
					2 MUEBLES													

Tabla #38: Análisis de área de servicios

Fuente: elaborado por testista

ANÁLISIS DE ÁREA																	
ZONA	TIPO	ÁREA	ESPACIO	EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO	ACTIVIDADES	USUARIOS	UNIDADES	ÁREA M2	X	Y	GRAFICO	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN		ÁREA TOTAL M2	
												NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL		
MERCADO MULTIFUNCIONAL	PÚBLICO	GUARDERÍA	ENFERMERÍA	1 ESCRITORIO	ATENCIÓN DE LA SALUD	1	1	36.00	6.00	6.00		*	*	*	*	36.00	
																	3 SILLAS
																	1 CAMILLA
					1 ARCHIVERO	SERVICIOS BÁSICOS	4	2	16.00	4.00	4.00		*	*	*	*	32.00
					1 LAVAMANO												
					1 INODORO												
			SERVICIOS HIGIÉNICOS NIÑOS Y NIÑAS	2 LAVAMANO	DIVERSIÓN LÚDICA	1	1	54	9.00	6		*	*	*	*	54.00	
			1 URINARIO														
			1 DUCÍA														
			ÁREA DE JUEGOS	JUEGOS INFANTILES	SERVICIOS BÁSICOS	1	2	2.56	1.60	1.60		*	*	*	*	5.12	
				1 INODORO													
				3 LAVAMANO													
			1 URINARIO	SEGURIDAD	1	5	6.00	2.00	3.00		*	*	*	*	30.00		
		GABITA DE SEGURIDAD	1 SILLA														
			1 MESA														
		SERVICIO HIGIÉNICO S-H	1 LAVAMANO	SERVICIOS BÁSICOS	1	5	2.56	1.60	1.60		*	*	*	*	12.80		
			1 LAVAMANO														
			1 URINARIO														
		BODEGAS	CAJAS	ALMACENAJE	1	30	6	3.00	2.00		*	*	*	*	180.00		
		FRIGORÍFICOS	REFRIGERADORES	ALMACENAMIENTO FRÍO	2	20	9	9.00	9.00		*	*	*	*	180.00		

Tabla #39: Análisis de área de servicios

Fuente: elaborado por testista

ANÁLISIS DE ÁREA																
ZONA	TIPO	ÁREA	ESPACIO	EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO	ACTIVIDADES	USUARIOS	UNIDADES	ÁREA M2	X	Y	GRAFICO	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN		ÁREA TOTAL M2
												NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL	
MERCADO MULTIFUNCIONAL	PÚBLICO	CARGA Y DESCARGA	PATIO DE MANIOBRAS	CIRCULACIÓN	CARGA Y DESCARGA	X	1	500.00					*	*		500.00
			PLATAFORMA DESCARGA	RAMPA												
			PARQUEO DE CAMIONES	15 CAJONES 8X3m												
	PÚBLICO	SERVICIOS HIGIÉNICOS	CUARTO DE BASURA	SERVICIOS HIGIÉNICOS SH ADULTOS (H+M)	SERVICIOS BÁSICOS	13	2	20	4.00	5.00		*	*	*	*	40.00
				5 INODOROS												
				3 LAVAMANOS												
				3 URINARIOS												
	PRIVADO	CUARTO DE MAQUINAS	CUARTO DE BOMBAS	BOMBAS	MANTENIMIENTO	1	1	16	4.00	4.00		*	*	*	*	16.00
				CISTERNA												
				A.D.E TRABAJO	MANTENIMIENTO	1	1	16	4.00	4.00		*	*	*	*	16.00
				MEIDORES												
	PRIVADO	MANTENL.	VESTIDORES (M Y F)	BANQUETAS	PRIVACIDAD HACIA PERSONAL	X	2	30	6.00	5.00		*	*	*	*	60.00
LOCKERS																
SS/HH																
SALA																
LAVADO DE PRODUCTOS				LAVADEROS												
BODEGA	PERCHAS	ALMACENAMIENTO	2	1	9	3.00	3.00			*		*	9.00			
												SUBTOTAL		246.24		
												TOTAL		246.24		

Tabla #40: Análisis de área de servicios

Fuente: elaborado por tesista

Zona de exteriores

ANÁLISIS DE ÁREA																	
ZONA	TIPO	ÁREA	ESPACIO	EQUIPAMIENTO Y MOBILIARIO	ACTIVIDADES	USUARIOS	UNIDADES	ÁREA M2	X	Y	GRAFICO	ILUMINACIÓN		VENTILACIÓN		ÁREA TOTAL M2	
												NATURAL	ARTIFICIAL	NATURAL	ARTIFICIAL		
MERCADO MULTIFUNCIONAL	PÚBLICO	PARQUEO EN EL TERRENO DEL MERCADO	PARQUEO ADM.	10 CAJONES	PARQUEO	10	10	15.00	3.00	5.00		*		*		150.00	
			PARQUEO MOTOS	20 CAJONES		20	20	1.40	0.70	2.00						28.00	
			PARQUEO DE BOCICLETA	30 PARQUEADERO METALICO		30	2	16.00	2.00	8.00						32.00	
			PARQUEO CLIENTES	50 CAJONES		50	70	15.00	3.00	5.00						750.00	
	PÚBLICO	PARQUEO EN TERRENO ANEXO	PARQUEO CAMIONES	15 CAJONES	PARQUEO	15	15	24.00	3	8		*		*		360.00	
				20 CAJONES		20	20	1.40	0.70	2.00						28.00	
				30 PARQUEADERO METALICO		30	2	16.00	2.00	8.00						32.00	
				80 CAJONES		80	80	15.00	3	5						1200.00	
	PÚBLICO	PLAZA	PLAZA DE FLUJO Y DESCANSO	BASUREROS	RECREACIÓN	X	1	1500	X	X			*		*		1500.00
				POSTES DE LUZ													
				BANCAS													
				ARBOLIS													
MESAS EXTERI.																	
DISEÑO DE PISO																	
												SUBTOTAL		246.24			
												TOTAL		246.24			

Tabla #41: Análisis de área de exteriores

Fuente: elaborado por tesista

Análisis del terreno

Imagen #116



Análisis de terreno por asoleamiento

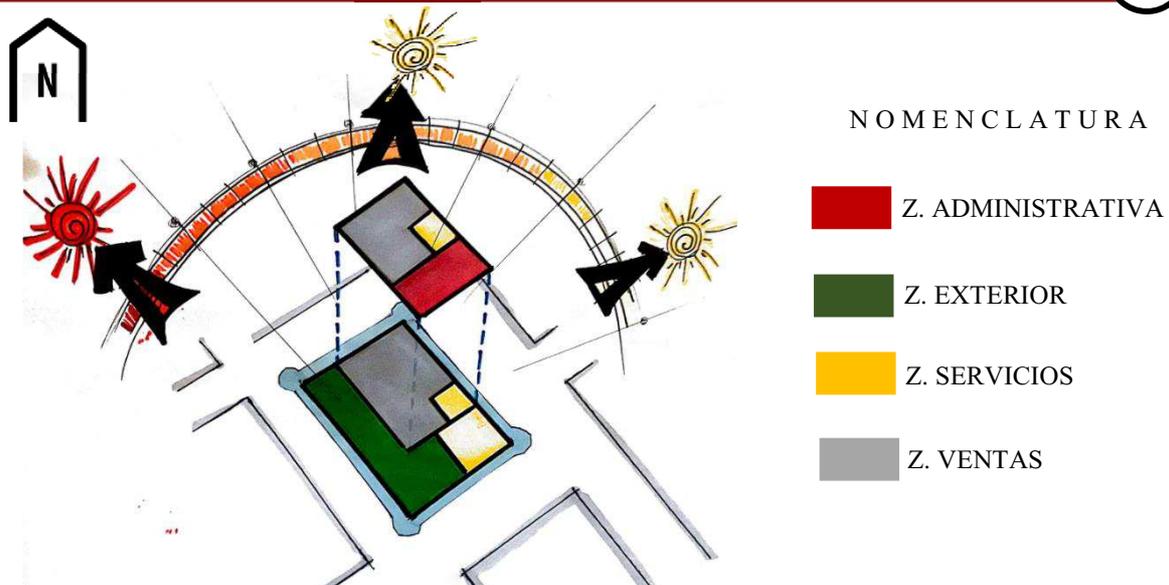
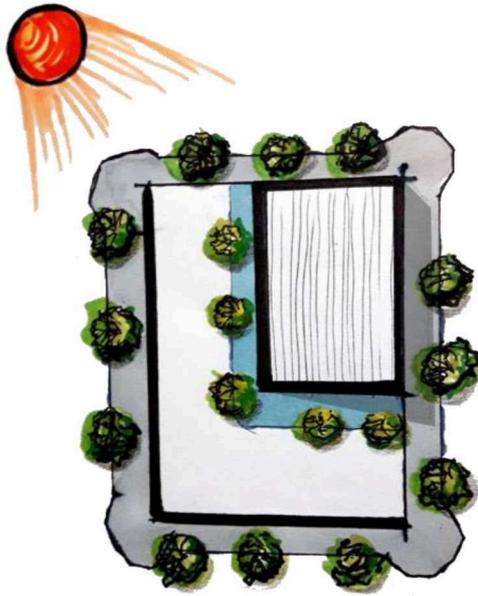


Ilustración #6: Análisis por asoleamiento

Fuente: elaborado por tesista /2018

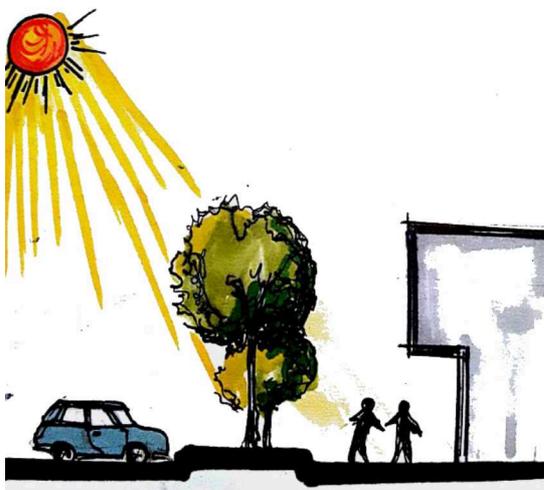
En cuanto al análisis de asoleamiento podemos darnos cuenta que la zona de servicios donde se encuentran los frigoríficos y el área de máquinas las cuales se las ubica alejadas del sol de la tarde que es el que más genera afectaciones por su intensidad, esto con el fin de que no afecte a los elementos o productos que se almacenan en este sector, además la zona de venta está distribuida en la planta baja, en donde el las zonas húmedas y sema – húmedas se ubicaran en la parte central y alejadas del sol de la tarde, el área administrativa se ubicara en la planta alta.



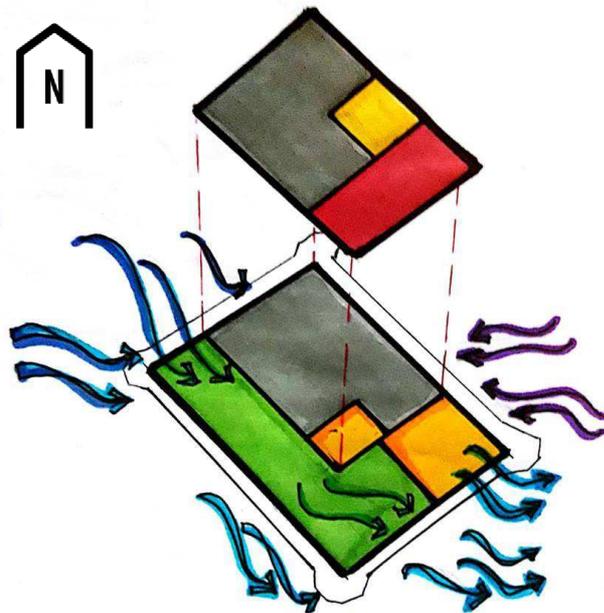
El uso de artificios naturales como arboles u otro tipo de vegetación, ayuda a reducir el impacto de los rayos solares. Estos sirven como una especie de reductor o de filtro que atenúa la afectación de los mismos, para esto como estrategia se busca sembrar árboles alrededor del equipamiento en las aceras exteriores e interiores para así también generar sombras a los usuarios.



El uso de artificios mecánicos o de industria como los llamados *BRISOLEIS* pueden ser una estrategia óptima para atenuar los rayos solares y el impacto de los mismos, en especial en las zonas administrativas, de ventas y espacios que necesitan un nivel más alto de ventilación e iluminación natural.



En este grafico podemos observar el uso de árboles alrededor del perímetro del equipamiento de esta manera podemos observar que este tipo de artificios además de servir como puntos de oxígenos para la ciudad, crean sombra a los usuarios y reducen el impacto de los rayos hacia el edificio.



NOMENCLATURA

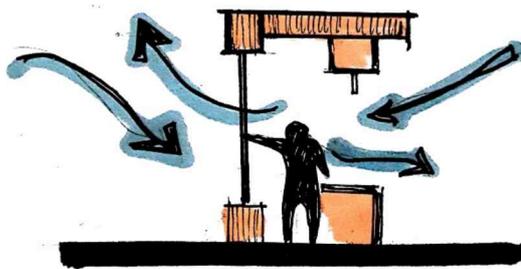
- Z. ADMINISTRATIVA
- Z. EXTERIOR
- Z. SERVICIOS
- Z. VENTAS
- VIENTOS 19km/h
- VIENTOS 12 km/h

Ilustración #10 Análisis por asoleamiento

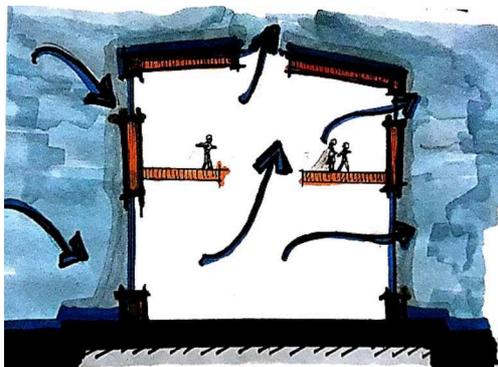
Fuente: elaborado por tesista /2018

En el análisis de vientos podemos determinar que los más fuertes provienen del sector norteeeste a una velocidad de 19km/h mientras los más débiles provienen en sentido opuesto a una velocidad de 12km/h los cuales servirán para ventilar de forma natural al equipamiento.

Estrategias de diseño para el análisis por vientos



El área húmeda y semi – húmeda se las ubicará en las partes cercanas a la ventilación o las fachadas abiertas con el fin de reducir los malos olores dentro del equipamiento, en especial el de mariscos y carnes.



Como estrategia se usará fachadas abiertas y vanos dentro del equipamiento para hacer efectiva el aprovechamiento de una ventilación cruzada y recurrente dentro del edificio, para así mantener un ambiente fresco y ventilado.

Ilustraciones #11 - 12: Análisis por vientos

Fuente: elaborado por tesista /2018

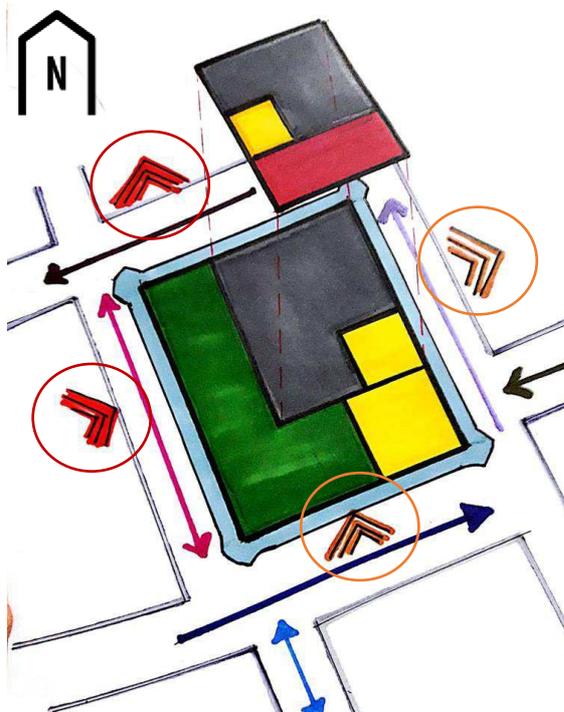


Ilustración: #13 Estrategias de diseño por vientos

Para reducir el impacto de los vientos fuertes en temporadas donde en nivel de intensidad es demasiado, se puede usar arboles como reductores de velocidad para los vientos, además de que brindan sombras para los usuarios.

Fuente: elaborado por tesista /2018

Análisis de terreno por intensidad de ruidos



NOMENCLATURA

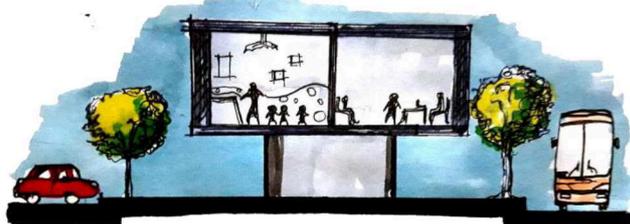
- Z. ADMINISTRATIVA
- Z. EXTERIOR
- Z. SERVICIOS
- Z. VENTAS
- RUIDOS DEBILES
- RUIDOS FUERTES

Ilustración # 14 Análisis por ruidos

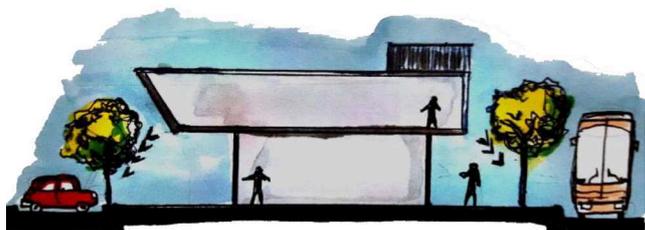
Fuente: elaborado por tesista /2018

Según el diagnóstico y el análisis previo, los ruidos con más decibels provienen de dos sectores que son la calle Loja y la calle Carchi en donde se genera más tráfico vehicular, de esta manera la zona de administración quedara en la planta alta, pero se usaran artificios para reducir el ruido y la zona de servicios donde se ubica la guardería se instalara también en la planta alta pero alejada de las calles con niveles de ruido más alto.

Estrategias de diseño para el análisis por ruidos



Como estrategia se usarán paredes con grosores que reduzcan los ruidos en áreas específicas como la guardería y varios espacios de la zona administrativa

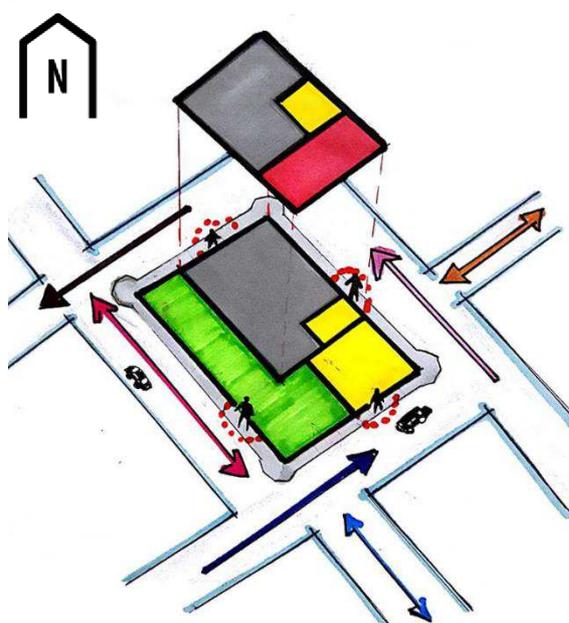


De igual manera el uso de árboles, en los alrededores del equipamiento, reducirán la intensidad de los ruidos en varios sectores del mercado.

Ilustraciones: #15 - 16 Estrategias de diseño por ruidos

Fuente: elaborado por tesista /2018

Análisis de terreno por accesos



NOMENCLATURA

	Z. ADMINISTRATIVA
	Z. EXTERIOR
	Z. SERVICIOS
	Z. VENTAS
	CALLE NN
	RUIDOS PP
	CALLE LOJA
	CALLE 1 DE MAYO
	CALLE CARCHI

Ilustración #17: Análisis por acceso

Fuente: elaborado por tesista /2018

El análisis de vías del diagnóstico, lleva a considerar ingresos por todos sus bordes, debido a la tipología del equipamiento, teniendo como ingreso principal el sector de la calle NN en cuanto a peatones, el ingreso vehicular estará dado por el sector de la calle Carchi.



Se considera la calle Loja para regularla con un uso específico de la línea de buses locales y los vehículos particulares, además de tener un parqueo lineal.



Se ubicarán elementos que permitan el fácil reconocimiento de los accesos en las fachadas donde estarán ubicados, estos artificios pueden ser acabados o texturas.

Ilustraciones #18-19: Estrategias de diseño por accesos

Fuente: elaborado por tesista /2018

Conclusión de zonificación en plan masa

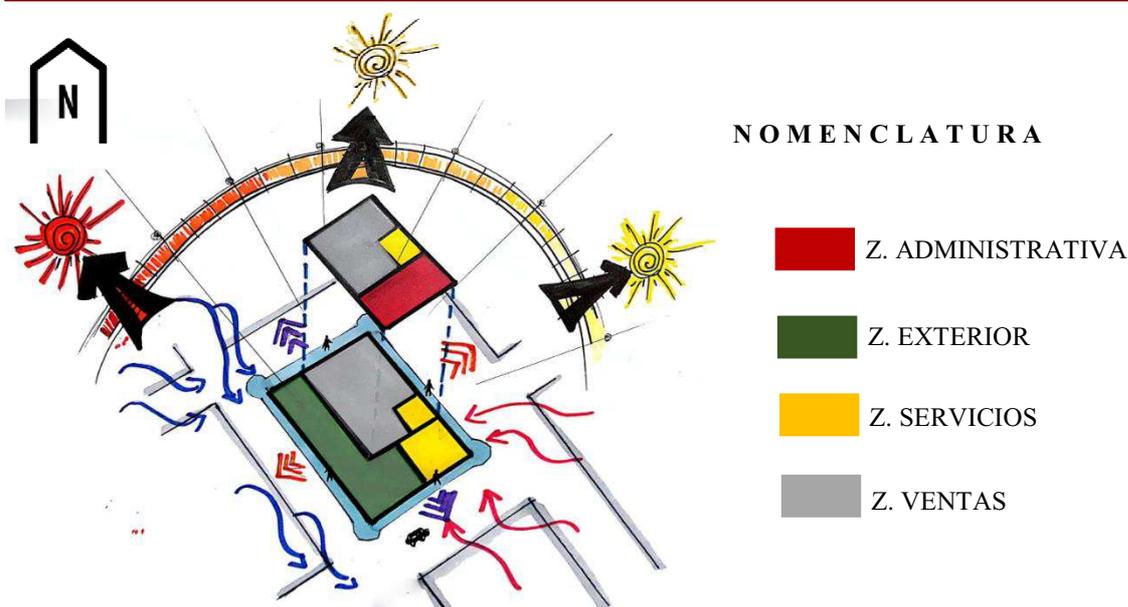


Ilustración #20: Plan masa

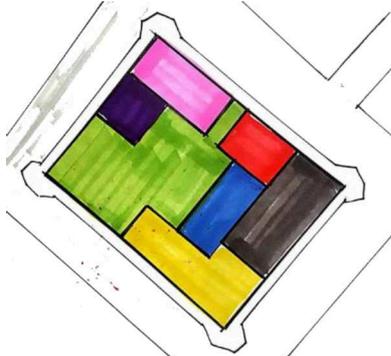
Fuente: elaborado por tesista /2018

La conclusión de la zonificación nos da como resultado el siguiente plan masa con cuatro zonas específicas que contienen los espacios que permitirán el correcto desarrollo de las actividades comerciales de compra y venta en el equipamiento.

Zonificación específica del plan masa y propuesta referencial

ZONIFICACIÓN DE PLANTA BAJA

Ilustración 20: Fuente: elaborado por tesista /2018



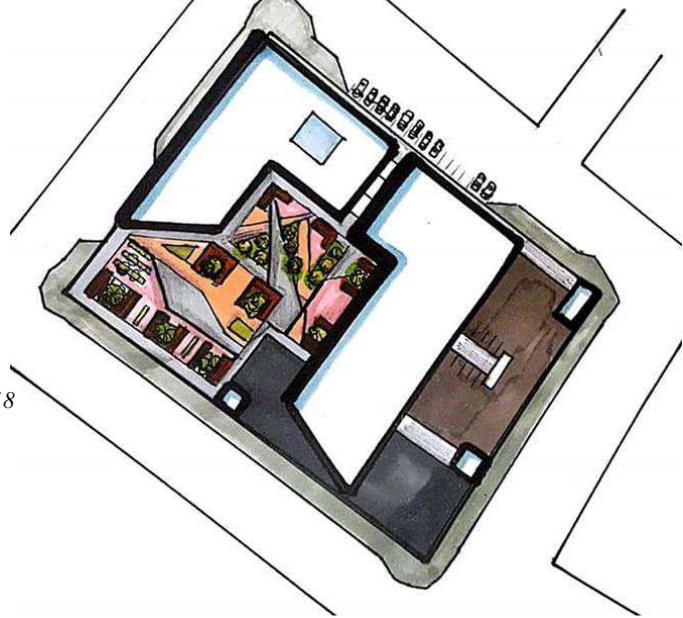
ZONIFICACIÓN DE PLANTA ALTA

Ilustración 21: Fuente: elaborado por tesista /2018



PROPUESTA DE IMPLANTACIÓN

Ilustración 22: Fuente: elaborado por tesista /2018



De acuerdo a la investigación y al análisis del terreno que se elaboró, tenemos la conclusión referencial de un plan masa y de una implantación en el área de estudio.

Referencia de implantación de la propuesta

PLANTA BAJA

- ZONA SECA
- ZONA SERVICIOS
- ZONA HÚMEDA
- ZONA SEMIHÚMEDA
- ZONA ABASTECIMIE.
- ZONA PARQUEO
- PLAZA

PLANTA ALTA

- ZONA GUARDERIA
- ZONA AMD.
- LOCALES SECOS
- ZONA SEMIHÚMEDA
- PATIO DE COMIDAS
- ZONA PARQUEO
- PLAZA



Imagen #117: Implantación parcial en el terreno

Fuente: elaborado por tesista /2018

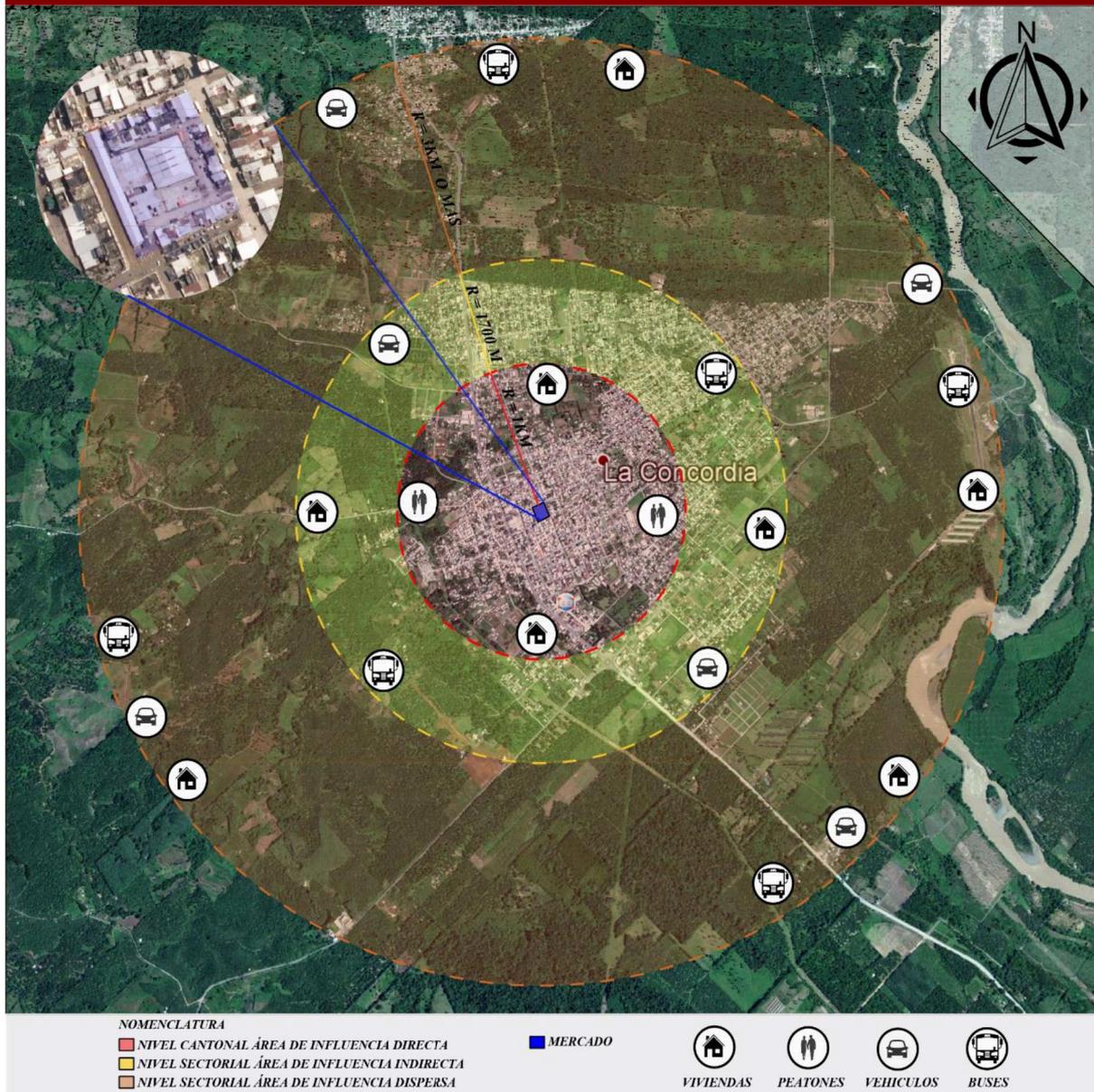


Imagen # 118 : Influencia del equipamiento

Fuente: tesista/2018

Nivel cantonal (influencia directa): El área máxima de influencia será de 1 Km inmediato y los usuarios tendrán la facilidad de asistir a pie al equipamiento.

Nivel sectorial (influencia indirecta): El área máxima de influencia supera a 1Km y los usuarios lo podrán visitar a pie, en vehículos particulares o usando el transporte público.

Nivel metropolitano (influencia dispersa): Los consumidores viene de varios puntos de la ciudad, se genera una gran economía, se ubica en un punto estratégico.

Según las normas de equipamiento urbano Para diseñar instalaciones de este tipo, los mercados deben contar con un mínimo de espacio de 0.10 m² por habitante.

Proyección de población a ser atendida a nivel de cantón.

Se planifica el Mercado multifuncional del cantón La Concordia considerando el crecimiento poblacional hasta el año 2040. Para la estimación de la población a servir dentro de 23 años se partió de los datos de población tomados del último censo de población y vivienda 2010, que es de 44.304 habitantes.

La tasa de crecimiento anual la podemos obtener con las proyecciones de crecimiento según el INEC⁷² las cuales son las siguientes:

CANTON	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
LA CONCORDIA	44.304	45.187	46.062	46.926	47.776	48.612	49.435	50.241	51.033	51.810	52.571

Tabla #42°: proyección poblacional

Fuente: tesista/2018

Fórmula para determinar la tasa de crecimiento anual⁷³:

$$\frac{\text{valor final} - \text{valor inicial}}{\text{valor inicial}} \times 100$$

Entonces partimos de los datos del 2010: si en el 2011 la población 45.187 a esta le restamos la población del 2010 que es de 44.304 habitantes y procedemos a usar la formula.

$$\frac{45.187 - 44.304}{44.304} \times 100 = \frac{883}{44.304} \times 100 = 0.019 \times 100 = 1.9 \%$$

Fórmula para determinar las proyecciones a largo plazo⁷⁴:

FÓRMULA	DESCRIPCIÓN
$Nt = No(1 + r)^t$	Nt= Población futura
	No= Población inicial
	l= Constante
	r= Tasa de crecimiento /100
	t= Intervalo de tiempo

Tabla #43 Formula

Fuente: tesista/2018

⁷² Instituto Nacional de Estadística y Censo

⁷³ Esta página mantenida por Bob Parker, © 2002 30 de septiembre de 2002 (<https://es.wikihow.com/calcular-la-tasa-de-crecimiento-anual>)

⁷⁴ Fórmula tomada de (Maldonado, 2005)

• Población del INEC 2010: **44.304 habitantes**

• Población 2021 aproximada: **54.493 habitantes**

$$Nt = No(1 + r)^t$$

$$Nt = 44.304(1 + 0.019)^{11}$$

$$Nt = 44.304(1.019)^{11}$$

$$Nt = 44.304(1.23)$$

$$Nt = 54.493$$



• Población 2040 aproximada: **63.354 habitantes**

$$Nt = No(1 + r)^t$$

$$Nt = 44.304(1 + 0.019)^{19}$$

$$Nt = 44.304(1.019)^{19}$$

$$Nt = 44.304(1.43)$$

$$Nt = 63.354$$



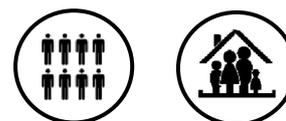
Poblaciones a ser atendidas según las proyecciones de habitantes

Población a ser atendida según censo 2010

• Número de habitantes: **44.304 habitantes**

• Número de hogares: **10.726 hogares**

• Promedio de personas por hogar: **4.00 p/h**

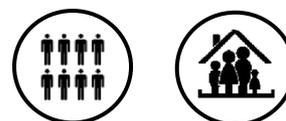


Población a ser atendida según año 2021

• Número de habitantes: **54.493 habitantes**

• Número de hogares: **13.623 habitantes**

• Promedio de personas por hogar: **4.00 p/h**

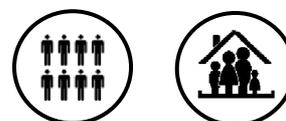


Población a ser atendida según año 2040

• Número de habitantes: **63.354 habitantes**

• Número de hogares: **15.838 habitantes**

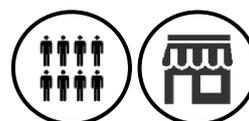
• Promedio de personas por hogar: **4.00 p/h**



Cálculo del número de locales

Para la planificación de un mercado en una ciudad en desarrollo se puede calcular el número de locales comerciales por número de habitantes, dato que se encuentra alrededor de 35 locales por cada 10000 habitantes, y su área no deberá ser menor a 6 m².⁷⁵

- Población al año 2040: **63.354 habitantes**
- Número de locales cada 10.000 hab. **210 locales aprox.**



Cantidad de locales por zonas

ZONA	PRODUCTO	#LOCALES
Húmeda	Pollo	22
	Carnes(res/cerdo)	25
	Mariscos	22
Semihúmeda	Flores	4
	Frutas	20
	Verduras, tubérculos	25
	Jugos y lácteos	6
Seca	Abarrotes	20
	Huevos	4
	Panes	2
	Dulces	1
	No comida	20
Comida	Alimentos preparados	10
	Locales de comida	14
Indefinida	Ocasionales	15
TOTAL		210



Tabla #44: Cantidad de locales por zona

Fuente: tesista/2018

13.7 Requerimientos Tecnológicos

Para esta propuesta se Utilizaron los siguientes Requerimiento Tecnológicos

- Sensores de Movimiento para el encendido y apagado de lámparas para cuando ya no haya alguna actividad o uso de cada ambiente.
- Sensores de incendio
- Lámparas Led en luminarias para reducción del consumo Energético.
- Utilización de paneles, con el fin de establecer doble fachada en ciertos puntos
- Circuito cerrado de cámaras de Seguridad para la protección y resguardo de las áreas interiores como perimetrales.
- Ambientes climatizados, específicamente en el área de mariscos y carnes con el fin de mejor conservación.
- Área de desechos de productos cárnicos y de mariscos con el fin de evitar su descomposición inmediata.
- Sistema de audio en áreas de compra y venta y en sectores de la plaza.
- Sistema de montacargas para el área de comidas en el sector de abastecimiento.

13.8. Requerimientos de equipamientos

Zona Administrativa

- Se hará uso de mobiliario de oficinas como sillas, escritorios, archiveros y mobiliario para la sala de espera y baterías sanitarias que, de abastecimiento a esta área, además en el espacio para el C.C.T.V se ubicarán computadoras para el registro audio visual de las actividades en el mercado y su perímetro

Espacios públicos

- Las plazas y aceras estarán dotadas de vegetación, bancas, tachos de basura y luminarias que permitan el correcto funcionamiento de estos lugares.

Zona de compra y venta (carne y mariscos)

- Se dotarán de módulos de ventas que consten de lavabos, mesones, exhibidor, y vitrinas climatizadas

Zona de compra y venta (frutas y verduras)

- Se dotarán de módulos de ventas que consten de lavabos, mesones, exhibidor, y estantes de productos.

Zona de compra y venta (abarrotes)

- Se dotarán de módulos de ventas que consten de perchas y estantes para mostrar los productos.

Zona de compra y venta (otros)

- Se dotarán de módulos y locales de ventas que consten de vitrinas para la venta de productos que no sean comestibles

Patio de comidas

- Estará dotado de locales de comida que constan de cocinas, neveras y mesones además de tener sillas, mesas y áreas de juegos infantiles.

Bodegas frigoríficas

- Tendrán congeladores, cortinas plásticas y de aires.

Bodegas frigoríficas

- Tendrán gavetas de plástico y percheros.

Baterías sanitarias

- Tendrán lavamanos, inodoros, urinarios y áreas de cambio de pañales.

Guardería

- Se dotará de juegos infantiles, aulas con bancas y un comedor con mobiliario para niños

13.9 Pre factibilidad de la propuesta

13.9.1. Técnica

En la factibilidad técnica de la propuesta se debe verificar y fiscalizar el debido cumplimiento de la norma de la construcción ecuatoriana, con el fin de que se lleve un proceso seguro en la construcción en cuanto al uso de herramientas, personal de trabajo y de los materiales que se integren a la propuesta.

Además, se debe corroborar un cálculo estructural para evitar la vulnerabilidad sísmica que puede presentarse en cualquier momento es así que las estructuras de las instalaciones, deben ser pensadas y diseñadas con normas sismo resistente que protejan la seguridad de los usuarios.

13.9.2. Social

La propuesta del diseño de un mercado multifuncional para el cantón La Concordia se la realiza para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad, satisfaciendo así las necesidades de compra y venta que generan este tipo de equipamientos.

Lo que se busca es mejorar la actividad comercial del cantón específicamente en la zona comercial de la urbe donde se implanta el actual mercado, el mismo que genera una cantidad de problemas que deterioran la imagen urbana del cantón, para lo cual se diseñó una plaza que permita la circulación peatonal y que integre a los ciudadanos con el equipamiento arquitectónico generando así espacios de oxigenación ambiental y paisajísticos.

Además, tomando en cuenta la importancia del mercado para La Concordia de tal forma que se pretende involucrar la identidad en el diseño mediante el uso de artificios arquitectónicos que sean análogos a productos propios de la ciudad. Es decir que lo importante será rescatar el sentido de pertinencia de un espacio o lugar que es fundacional y de mucha historia para los concordenses.

13.9.3. Financiero

La presente investigación se presentará a las autoridades del gobierno autónomo descentralizado de La Concordia, el mismo que se encargará de revisarlo y aprobarlo con el fin de que se incluya en el listado de obras o consultorías a realizar así mismo al presupuesto anual.

En cuanto al presupuesto se deberá trabajar en conjunto con el departamento de planificación y el investigador con el fin de tener un costo total para dar inicio al financiamiento de la obra.

De esta manera la propuesta arquitectónica se financiará a través partidas presupuestarias por medio del Gobierno central, o por créditos en organismos como el Banco del Estado, Banco Ecuatoriano de desarrollo u otros inversores ya sean públicos o privados.

13.9.4. Ambiental

Lo que se busca con el diseño de la propuesta arquitectónica es mejorar el aspecto de la salubridad que el actual mercado genera en su entorno inmediato y contribuye al deterioro de la imagen urbana y del paisaje construido perjudicando así a la salud de los habitantes del sector por la acumulación de los desechos, malos olores que provienen de la descomposición de varios productos y por tener un itinerario deficiente para la recolección de los mismos.

Es por eso que en el actual diseño correspondiente a la propuesta de esta investigación se ha pensado en crear un espacio para los desechos y se los clasificará en ambientes de acuerdo a su grado de descomposición, además constara con bodegas y frigoríficos adecuados y equipados con la tecnología necesaria para mitigar o eliminar los malos olores de una mera idónea para que no perjudique al medio ambiente, el uso de ductos de ventilación también se hace presente con el fin de exponer los olores no deseados a una altura que no sean percibidos.

Es decir, se ha pensado en contribuir al desarrollo de la ciudad diseñando un mercado que reduzca la contaminación ambiental en la ciudad.

Validación de la propuesta

14. Conclusiones

- El desarrollo de un mercado multifuncional para el cantón La Concordia en el mismo terreno donde se implanta el actual mercado, solucionaría los problemas causados por el mismo, esto ofreciendo espacios diseñados responsablemente que satisfagan las necesidades de los compradores y vendedores.
- Sin duda la ejecución de la propuesta arquitectónica que se plantea en la investigación impulsaría el desarrollo económico de los habitantes de la ciudad y ayudaría a mejorar la imagen urbana de la zona comercial del cantón La Concordia.
- La propuesta debe ejecutarse en el terreno del actual mercado debido a que este espacio corresponde el corazón comercial del cantón y un lugar fundacional del mismo teniendo un peso histórico para los ciudadanos, además de cumplir con ciertos parámetros urbanos y arquitectónicos ya mostrados en la investigación.
- Con el fin de eliminar o mitigar los problemas de congestión vehicular es necesario crear un estacionamiento cercano al equipamiento que complemente al parqueo de subsuelo de la propuesta.
- No es posible concebir un proyecto arquitectónico si sus respectivas áreas verdes y regeneración del entorno inmediato, por lo cual se propone una plaza pública central en el terreno además de la regeneración de vías y aceras arborizadas para mejorar el paisaje urbano.
- La aplicación de normativas para la ejecución de la propuesta es de suma importancia para solucionar los problemas ya sean ambientales, de congestionamiento, de comercio informal, impulso económico para los ciudadanos entre otros.

15. Recomendaciones

- Debe hacerse una regulación para el ordenamiento de las actividades comerciales dentro del mercado, esto creando políticas y normas que permitan el buen funcionamiento del equipamiento dichas normas deben ser aplicadas por parte de los comerciantes y compradores.
- Realizar un debido mantenimiento del equipamiento sea dentro de sus instalaciones y en las áreas perimetrales donde se encuentran las plazas con el fin de prolongar su tiempo de función y que de esta manera la imagen urbana se mantenga intacta tal como se la plantea en la propuesta.
- Al ejecutarse la propuesta en el terreno del actual mercado se deberá hacer un traslado de los comerciantes de manera ordenada para lo cual se recomienda usar el terreno de la feria cantonal, esto en el periodo que dure la creación de la obra y con el fin de no alterar las actividades económicas y comerciales de la ciudad.
- Para la creación de un estacionamiento que complemente el proyecto en otro terreno se debe tomar en cuenta las medidas necesarias de seguridad al estar a cierta distancia del mercado, esta seguridad debe respaldarse en garitas, guardias y C.C.T.V.
- Se recomienda empezar la regeneración de las vías cercanas al mercado por etapas con el fin de no causar molestias vehiculares, además se deberá regular la circulación de las vías en cuanto al paso de buses interprovinciales y de moto taxis.
- La seguridad siempre debe ser un punto importante a tomarse en cuenta durante la construcción, por lo cual se debe revisar la norma ecuatoriana de la construcción y normas de seguridad de trabajadores, herramientas y sistemas constructivos.

17. Referencias bibliográficas

- *Mendoza. M. 2011. El Hombre Bio- Arquitectura. Septiembre 20-2011 de <http://www.buenastareas.com>*
- *GAD La Concordia. 26- Junio-2016. Cronología histórica del cantón La Concordia. Ecuador. <http://laconcordia.gob.ec>*
- *Lovato, Josué Daniel (2015). Mercado minorista para la parroquia de Alangasí. Trabajo de Graduación para optar al Título de Arquitecto. Carrera de Arquitectura. Quito: UCE. Pag12. <http://www.dspace.uce.edu.ec>*
- *Revista ARQHYS. 2012, 12. Plazas públicas. Equipo de colaboradores y profesionales de la revista ARQHYS.com. Obtenido 05, 2018, de <http://www.arqhys.com/arquitectura/plazas-publicas.html>.*
- *Jara, Alexis (2014). Mercado La Ofelia. Trabajo de Graduación para optar al Título de Arquitecto. Carrera de Arquitectura. Quito: PUCE. Pag33. <http://repositorio.puce.edu.ec/>*
- *Augé .M (1993) Los no lugares, espacios del anonimato. Francia*
- *<https://interabide.wordpress.com/2018/01/14/los-no-lugares-espacios-del-anonimato-marc-auge/>*
- *Salinas Arreortua, L. (2016). Transformación de mercados municipales de Madrid. De espacio de consumo a espacio de esparcimiento. Revista INVI, 31(86), 179-201 <http://www.revistainvi.uchile.c>*
- *Andrade. R. 26- abril-2010. Slide Share. Edificaciones y equipamientos urbanos. <https://es.slideshare.net>*
- *Garcia. K. 2015. Mercado municipal de Morales (Trabajo de pregrado) U.S.C. Guatemala. Pag16*
- *SENPLADES. (2013). Buen Vivir/Versiones del plan nacional. Recuperado de: <http://www.buenvivir.gob.ec>*
- *INEN. Instituto Ecuatoriano de Normalización- Requisitos para mercados saludables*

17. Anexos fotográficos

Estado situacional del actual mercado



Fotografía #1 *área de frutas y verduras*



Fotografía #2 *área de frutas y verduras*



Fotografía #3 *área de mariscos*



Fotografía #4 *área de baños y talleres*



Fotografía #5 *área de frutas y verduras*



Fotografía #6 *ingreso a área de verduras*



Fotografía #6 #7 #8



locales de ropa, zapatos y productos no alimenticios



Fotografía #9 comercio informal



Fotografía #10 locales de ropa



Fotografía #11 comercio informal en cancha



Fotografía #12 cancha deportiva



Fotografía #13 calles dentro del mercado



Fotografía #14 locales de abarrotes

Visualización de la propuesta



Render #1 Perspectiva de fachada del mercado

Fuente: Tesista



Render #2 Perspectiva de fachada del mercado

Fuente: Tesista



Render #3 Perspectiva de fachada del mercado

Fuente: Tesista



Render #4 Perspectiva de fachada del mercado

Fuente: Tesista



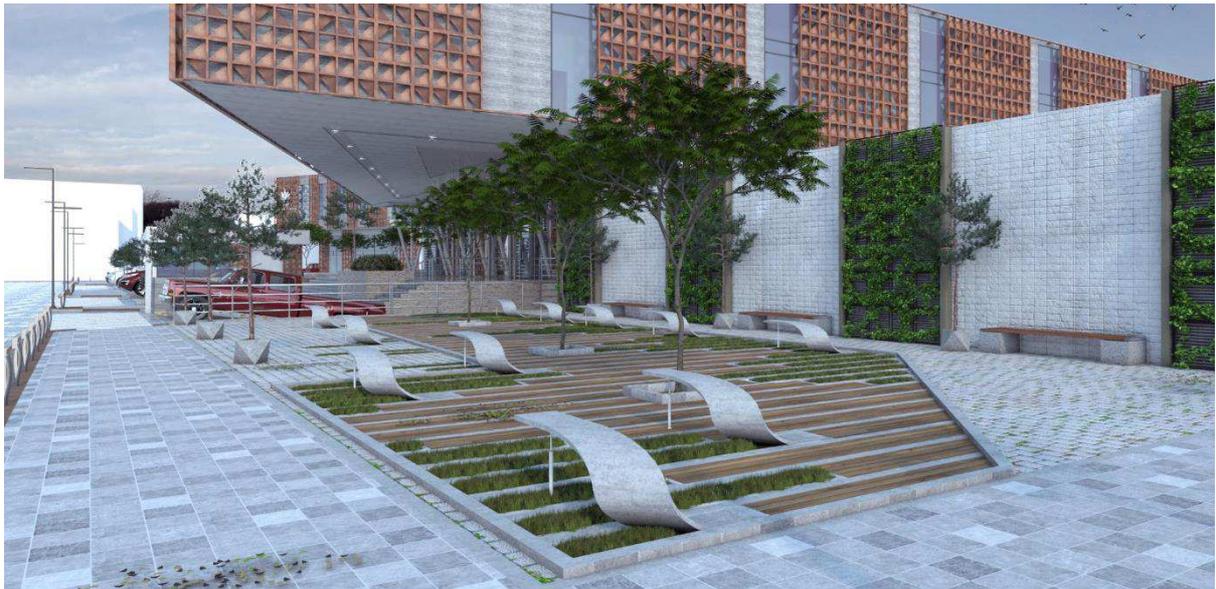
Render #5 Perspectiva de fachada del mercado

Fuente: Tesista



Render #6 Perspectiva de fachada del mercado

Fuente: Tesista



Render #7 Perspectiva de fachada del mercado

Fuente: Tesista



Render #8 Perspectiva de fachada del mercado

Fuente: Tesista



Render #9 Perspectiva de fachada del mercado

Fuente: Tesista



Render #10 Implantación del mercado y del estacionamiento

Fuente: Tesista



Render #11 Vista aérea del mercado y del estacionamiento

Fuente: Tesista

**“REGENERACIÓN DE LA ZONA COMERCIAL DEL CANTÓN LA CONCORDIA
MEDIANTE UNA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA DE UN MERCADO
MULTIFUNCIONAL”**

TESISTA: Diego Javier Zamora Sánchez

Fecha: N° de Encuesta.....

Encuesta dirigida al Usuario Comerciante

1. ¿Usted realiza sus compras en el mercado central de La Concordia ?

Siempre

A veces

Nunca

Porque.....

2. ¿Cree usted que las estructuras actuales del mercado central están en buen estado físico tanto para la venta como la compra de productos?

Si

No

Porque.....

3. ¿Qué nivel de desorganización espacial piensa usted que existe en el actual mercado central del cantón La concordia?

Alto

Medio

Bajo

Nada

Porque.....

4. ¿Cree usted correcta la distribución y funcionamiento de los espacios en el actual mercado central de La Concordia?

Si

No

Porque.....

5. ¿ Qué nivel de inseguridad piensa usted que existe en la zona del actual mercado central de La Concordia?

Alto

Medio

Bajo

Nada

Porque.....

6. ¿ Qué nivel de insalubridad piensa usted que existe en el actual mercado central de La Concordia?

Alto

Medio

Bajo

Nada

Porque.....

7. Considera que el estado actual del mercado central de La Concordia y sus alrededores contribuyen a la degradación del entorno, afectando así al paisaje urbano del cantón

Si

No

Porque.....

8. ¿Existe comercio informal en los alrededores del mercado actual de La Concordia?

Si

No

Talvez

Porque.....

9. Considera usted que se crea tráfico tanto vehicular como peatonal por el funcionamiento del actual mercado

Si

No

Porque.....

10¿ Estaría usted de acuerdo con que se plantee un rediseño del mercado actual y así se mejore los espacios tanto para la venta como la adquisición de productos?

Si

No

Porque.....

11¿ Usted considera que las autoridades del cantón no han sabido gestionar una propuesta de un nuevo mercado?

Si

No

Talvez

Porque.....

10. ¿Considera usted factible la realización de un nuevo mercado en el terreno donde se ubica el actual mercado central?

Si

No

Porque.....